

ADRIANA PAFFRATH HECKE

A INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS ALUNOS CONCLUINTES DOS CURSOS
DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS DAS
INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DE CURITIBA-PR

CURITIBA

2011

ADRIANA PAFFRATH HECKE

A INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS ALUNOS CONCLUINTES DOS CURSOS
DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS DAS
INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DE CURITIBA-PR

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre. Programa de Mestrado em Contabilidade – Área de Concentração em Contabilidade e Finanças, do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Lauro Brito de Almeida, Dr,
FEA/USP

CURITIBA

2011

DEDICATÓRIA

Dedico ao meu esposo Paulo Fernando, aos meus filhos Mateus Henrique e Andiara, aos meus pais Edite e João Hélio e à minha irmã Beatriz, minha eterna fonte de inspiração.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por guiar todos os meus passos.

Ao professor Doutor Lauro Brito de Almeida, pela orientação e estímulo, principalmente nos momentos em que nem eu mesma acreditava.

Ao professor Doutor Wesley Vieira da Silva, pela colaboração e paciência.

Aos professores do PPG Mestrado em Contabilidade da Universidade Federal do Paraná.

Aos meus colegas de mestrado, em especial àqueles que contribuíram diretamente para a realização deste trabalho.

“Quem sabe impor a sua vontade a si mesmo, está apto a organizar sua vida hoje e
amanhã.”

Leocádio José Correia

RESUMO

Empreender pode significar transformação econômica pessoal e social. Um local apropriado para constatação do desejo latente de empreender são as Instituições de Ensino Superior, em especial as voltadas para o gerenciamento, como nos cursos de Administração e Ciências Contábeis. Curitiba tem 55 IES que oferecem pelos menos um dos dois cursos e formam mais de 10.000 alunos por período. Em virtude disso, torna-se relevante investigar as diferenças no perfil empreendedor dos alunos concluintes dos cursos citados, bem como os fatores que influenciam a intenção empreendedora desses estudantes. O comportamento foi analisado com base na *Theory of Planned Behavior* (TPB – Teoria do Planejamento do Comportamento), que descreve uma série de fatores que podem influenciar a intenção comportamental dos pesquisados. A metodologia utilizada foi a pesquisa descritiva do tipo *survey*, utilizando questionários estruturados, uma amostra não probabilística foi retirada de uma população para realização da pesquisa e quanto ao processo, quantitativa, por coletar dados numéricos e examinar e refletir sobre as percepções para se obter entendimento das atividades sociais e humanas. Para as inferências foram realizados testes estatísticos de análise fatorial, para excluir variáveis pouco influentes, regressão linear, para verificar o quanto cada variável poderia explicar a intenção empreendedora dos respondentes e finalmente foi utilizado o teste de hipóteses não paramétrico de Mann-Whitney para comparação das médias obtidas nos dois cursos. Após os testes foi realizada análise dos resultados para responder a questão de pesquisa acerca da existência de diferenças no perfil empreendedor dos alunos concluintes dos cursos de graduação em Administração e Ciências Contábeis.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Teoria do Planejamento do Comportamento (TPB). Ensino de graduação em Ciências Contábeis. Ensino de graduação em Administração.

ABSTRACT

Undertake economic transformation can mean personal and social. A appropriate location for finding the latent desire to undertake are Higher Education Institutions, especially those designed to management, as courses in Business Administration and Accounting. Curitiba has 55 HEIs offering at least one of the two courses and form more than 10,000 students per period. As a result, it becomes relevant investigate the differences in the entrepreneurial profile of students graduating the courses mentioned, as well as factors that influence the intention these enterprising students. The behavior was analyzed based the Theory of Planned Behavior (TPB - Theory of Planning Behavior), which describes a number of factors that can influence the behavioral intention of the respondents. The methodology used was descriptive, survey-type, using structured questionnaires, a non-probability sample was removal of a population for the research and how to process, quantitative and numerical data to collect and examine and reflect on perceptions to gain understanding of social activities and humanities. For inferences of statistical tests were performed factor analysis, to exclude some influential variables, regression linear, to see how each variable could explain the intent enterprising of the respondents and finally test was used to hypotheses nonparametric Mann-Whitney test to compare mean obtained in the two courses. After testing was performed analysis of results to answer the research question concerning the existence of differences in the entrepreneurial profile of students graduating from courses Degree in Business Administration and Accounting.

Keywords: Entrepreneurship. Theory of Planned Behavior (TPB). Teaching Degree in Accounting. Undergraduate education in Administration.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Estrutura da dissertação	21
Figura 2 – Taxa de empreendedores Iniciais.....	26
Figura 3 - Teoria do Planejamento do Comportamento	34

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Produto Interno Bruto.....	14
Gráfico 2 - Quantidade de admissões de 2003 a 2009.....	15

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Razões para a criação de um empreendimento	24
Quadro 2 – Percepção de Oportunidades e Habilidades para criar um novo negócio no Brasil	26
Quadro 3 - Histórico do Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-Graduação	31
Quadro 4 - Instituições de Ensino Superior em Curitiba	36

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Instituições de Ensino Superior em Curitiba que oferecem o curso de Administração e de Ciências Contábeis	37
Tabela 2 - Vagas ofertadas pelas IES e IFES	40
Tabela 3 – Vagas ofertadas ajustada pela taxa de evasão: <i>proxy</i> alunos concluintes	40
Tabela 4 – Detalhes técnicos sobre a pesquisa empírica	44
Tabela 5 – Idade dos respondentes.....	45
Tabela 6 - Renda Mensal.....	45
Tabela 7 – Gênero dos respondentes.....	45
Tabela 8 - Natureza da instituição	46
Tabela 9 – Estatística KMO e Teste Bartlett - Administração de Empresas	47
Tabela 10 - Estatística KMO e Teste Barlett - Ciências Contábeis.....	47
Tabela 11 - Comunalidades - Atitudes pessoais - Administração de Empresas	48

Tabela 12 - Fidedignidade Estatística – Atitudes Pessoais - Administração de Empresas.....	49
Tabela 13 - Estatística Total – Atitudes Pessoais - Administração de Empresas	49
Tabela 14 - Comunalidades - Normas subjetivas - Administração de Empresas.....	50
Tabela 15 - Fidedignidade Estatística - Normas subjetivas - Administração de Empresas.....	50
Tabela 16 - Estatística Total - Normas subjetivas - Administração de Empresas.....	50
Tabela 17 - Comunalidades - Controle comportamental percebido - Administração de Empresas.....	51
Tabela 18 - Fidedignidade Estatística - Controle comportamental percebido - Administração de Empresas.....	51
Tabela 19 - Estatística Total - Controle comportamental percebido - Administração de Empresas	52
Tabela 20 - Comunalidades - Intenções empreendedoras - Administração de Empresas.....	52
Tabela 21 – Fidedignidade Estatística – Intenções empreendedoras – Administração de Empresas	53
Tabela 22 - Estatística Total - Intenções empreendedoras - Administração de Empresas.....	53
Tabela 23 - Comunalidades - Atitudes pessoais - Ciências Contábeis.....	54
Tabela 24 - Fidedignidade Estatística - Atitudes pessoais - Ciências Contábeis.....	54
Tabela 25 - Estatística Total - Atitudes pessoais - Ciências Contábeis	55
Tabela 26 - Comunalidades – Normas Subjetivas – Pessoas próximas que apoiariam de decisão de criar uma empresa - Ciências Contábeis	55
Tabela 27 - Fidedignidade Estatística – Normas Subjetivas - Ciências Contábeis....	56
Tabela 28 - Estatística Total – Normas Subjetivas - Ciências Contábeis	56
Tabela 29 - Comunalidades – Controle comportamental percebido - Ciências Contábeis.....	56
Tabela 30 - Fidedignidade Estatística - Controle comportamental percebido - Ciências Contábeis	57
Tabela 31 - Estatística Total - Controle comportamental percebido - Ciências Contábeis.....	57

Tabela 32 - Comunalidades - Intenções empreendedoras - Ciências Contábeis	58
Tabela 33 - Fidedignidade Estatística - Intenções empreendedoras - Ciências Contábeis.....	58
Tabela 34 - Estatística Total - Intenções empreendedoras - Ciências Contábeis.....	58
Tabela 35 - Atitudes Pessoais versus Intenção Empreendedora - Administração de Empresas.....	59
Tabela 36 - Atitudes Pessoais versus Intenção Empreendedora - Ciências Contábeis	59
Tabela 37 - Controle Comportamental Percebido versus Intenção Empreendedora - Administração de Empresas.....	60
Tabela 38 - Controle Comportamental Percebido versus Intenção Empreendedora - Ciências Contábeis	60
Tabela 39 - Médias - Atitudes Pessoais	61
Tabela 40 - Comparação das Médias - Atitudes Pessoais.....	61
Tabela 41 - Médias - Normas Subjetivas.....	62
Tabela 42 - Comparação das Médias - Normas Subjetivas.....	62
Tabela 43 - Médias - Controle Comportamental Percebido	63
Tabela 44 - Comparação de Médias - Controle Comportamental Percebido.....	63
Tabela 45 - Médias - Intenção Empreendedora	64
Tabela 46 - Comparação de Médias - Intenção Empreendedora	64

LISTA DE SIGLAS

FAESP - Faculdade Anchieta de Ensino Superior do Paraná

CBES - Faculdade CBES

FACEL - Faculdade de Administração, Ciências, Educação e Letras

FACET - Faculdade de Ciências Sociais e Aplicadas Do Paraná

FESP PR - Faculdade de Educação Superior do Paraná

FATEC-PR - Faculdade de Tecnologia de Curitiba

FDB - Faculdade Dom Bosco

FALEC - Faculdade Doutor Leocádio José Correia

FAEST - Faculdade Estação

FACINTER - Faculdade Internacional de Curitiba

FACIMOD - Faculdade Modelo
FACULDADE BAGOZZI - Faculdade Padre João Bagozzi
FAPAR - Faculdade Paranaense
FRC - Faculdade Radial Curitiba
FICA - Faculdades Integradas Camões
UNIBRASIL - Faculdades Integradas Do Brasil
FARESC - Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba
OPET - Faculdades Opet
FACSPEI - Faculdades Spei
IESC - Instituto de Ensino Superior de Curitiba
PUCPR - Pontifícia Universidade Católica do Paraná
UNIEXP - Unidade de Ensino Superior Expoente
UFPR - Universidade Federal do Paraná
UP - Universidade Positivo
UTP - Universidade Tuiuti do Paraná

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 QUESTÃO DE PESQUISA	16
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA	19
1.2.1 Objetivo geral	19
1.2.2 Objetivos específicos	19
1.3 JUSTIFICATIVA.....	19
1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO	20
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	23
2.1 EMPREENDEDORISMO	23
2.1.1 Empreendedorismo no Brasil	25
2.1.2 Empreendedorismo e economia	27
2.1.3 Educação superior e empreendedorismo.....	29
2.2 A TEORIA DO PLANEJAMENTO DO COMPORTAMENTO	33
2.3 ATITUDE EMPREENDEDORA BASEADA NA TPB.....	34
2.4 O ENSINO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS EM CURITIBA	35
2.4.1 Instituições de Ensino Superior em Curitiba.....	35
2.4.2 Instituições de Ensino Superior em Curitiba que oferecem os cursos de Ciências Contábeis e Administração de Empresas	36
3 METODOLOGIA	39
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	39
3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA	39
3.3 QUESTIONÁRIO E COLETA DE DADOS	41
3.4 TRATAMENTO DOS DADOS.....	42
4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	44
4.1 PERFIL DEMOGRÁFICO.....	44
4.2 ANÁLISE COMPARATIVA DAS ATITUDES EMPREENDEDORAS DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO VERSUS CIÊNCIAS CONTÁBEIS	46
4.2.1 Intenção empreendedora: fatores explicativos.....	46
4.2.2 Análise comparativa das atitudes empreendedoras dos alunos: Administração vs. Ciências Contábeis.....	60

4.3 INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO VERSUS CIÊNCIAS CONTÁBEIS – REFLEXÃO.....	65
5. CONCLUSÃO, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES.....	68
REFERÊNCIAS.....	71
APÊNDICE A	75
ANEXO 1.....	78

1 INTRODUÇÃO

Drucker (1998, p. 18) citando o economista francês Jean Baptiste Say discorre sobre a origem do termo empreendedor. Explica que “empreendedor” – tem sua origem na palavra ‘*entrepreneur*’ - cunhada por Say para designar aqueles indivíduos que ao fazerem uso “[...] dos investimentos menos produtivos direciona os recursos para os mais produtivos, dessa maneira criando riqueza”.

A palavra empreendedorismo foi utilizada pelo economista Schumpeter (1950, p.132) na década de 50, para designar aquela pessoa com criatividade e capaz de fazer sucesso com inovações. Nas proposições mais contemporâneas, empreendedorismo consiste na ação da criação e gerenciamento de um negócio no qual o empreendedor assume certos riscos em busca de lucros (DORNELAS, 2001). Nesse sentido, os empreendedores são pessoas que apresentam habilidades e competências para criar, abrir e gerir uma empresa, de qualquer porte e potencialmente gerar resultados positivos. Por fim, em geral, algumas pessoas manifestam a intenção de empreender, seja abrindo uma empresa ou inovando nas que trabalham (DORNELAS, 2001).

Em geral, as pessoas empreendedoras são vistas como fontes da criação de novas empresas. Visto dessa maneira, o empreendedorismo está vinculado ao despertar nas pessoas o desejo de criação de novos negócios. Para qualquer país, a criação de novos negócios [sustentáveis e perenes] são fundamentais para a geração de riquezas e criação de empregos, e se adequadamente apoiados por determinados arranjos e em situações especiais, são responsáveis por inovações tecnológicas que impactam as atividades de manufatura e serviços. É esperado que na sua fase de maturidade, os novos empreendimentos contribuam de maneira sustentável para o crescimento econômico, sendo, também, responsável direto e indireto pelo aumento da arrecadação de impostos e tributos pelo erário público. Os empreendedores estão entre aqueles que podem ser considerados agentes de desenvolvimento e de mudança.

Há também autores que vêem o empreendedor como alguém dotado de qualidades excepcionais. Gerber (1996) é alinhado a essa posição, pois seu entendimento é que :

[...] o empreendedor é o inovador, o estrategista, o criador de novos métodos para penetrar ou criar novos mercados; é a personalidade criativa que lida com o desconhecido, perscruta o futuro, transformando possibilidades em probabilidades, caos em harmonia.

No entanto, a maneira de olhar o empreendedor como alguém com qualidades excepcionais não é uma visão aceita por todos, assim como nem todos os novos empreendimentos são tão facilmente identificados como originados por empreendedores puros e tampouco vinculados a produtos originais e inovadores.

As instituições de ensino superior tem sido o local apropriado para despertar, desenvolver ou fomentar empreendedores. O importante papel desempenhado pelas incubadoras, seja hospedando projetos de alunos ou de membros da comunidade, deve-se, em sua grande maioria, por iniciativas nascidas no âmbito das universidades nas mais diversas áreas do conhecimento.

Para Santos (2010) os graduandos, em geral, ingressam no ensino superior ainda sem uma carreira profissional definida, e vão, ao longo de seus estudos acadêmicos, conhecendo e delineando suas potencialidades e desejos. Ainda segundo a autora, os alunos dos cursos de administração de empresas estudam durante sua permanência no curso superior, aspectos relacionados à gestão de negócios, e são as disciplinas acadêmicas relacionadas a esse tema que podem vir a despertar ou transformar jovens em grandes empreendedores. A disciplina específica de empreendedorismo já tem presença importante nas grades curriculares das instituições.

A partir de 1994, com a criação do Plano Nacional de Educação, com o intuito de diminuir a desigualdade e prover acesso ao ensino superior o governo concedeu autorização de abertura de cursos de graduação a inúmeras Instituições de Ensino Superior. O estudo “Sinopse da Educação Superior” [INEP, 2010] apresenta a seguinte evolução nas matrículas no ensino superior: em 1997 estavam matriculados em todo o Brasil, 264.073 alunos nos cursos de administração de empresas e 132.372 em ciências contábeis. No ano de 2009, respectivamente, para administração de empresas e ciências contábeis, foram contabilizadas 646.491 e 205.330 matrículas. O expressivo crescimento de alunos matriculados deve-se, entre outros fatores, ao aumento da quantidade de cursos de graduação em contabilidade e administração em todas as regiões do Brasil.

No período analisado pelo estudo “Sinopse [...]” – de 1997 a 2009 – abrangendo todas as IES no Brasil, o número de alunos matriculados em administração de empresas cresceu 244,81% e em ciências contábeis 155,11%. O Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, no mesmo período, conforme IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, a taxa de variação positiva foi de 32,76%, detalhados no gráfico diagramado no Gráfico 1:

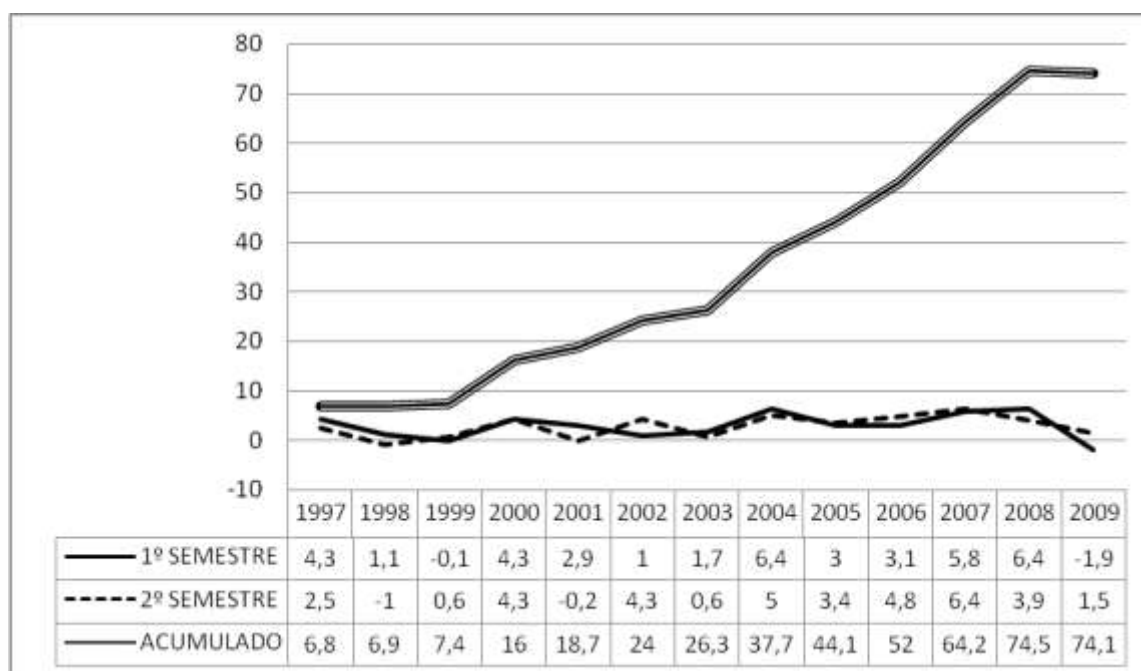


Gráfico 1 - Produto Interno Bruto

Fonte: Relatório indicadores do IBGE, 2010

O Ministério do Trabalho, também disponibiliza em sua página eletrônica consultas ao seu banco de dados. Estão disponíveis, iniciando a série em 2003, dados relativos a geração de emprego formal expressos em taxas em quantidades, até o ano de 2009. No período de 2003 a 2009, a taxa de crescimento acumulada no período foi de 66,52%. O Gráfico 2, detalha os dados, indicando o número de admissões em cada período.

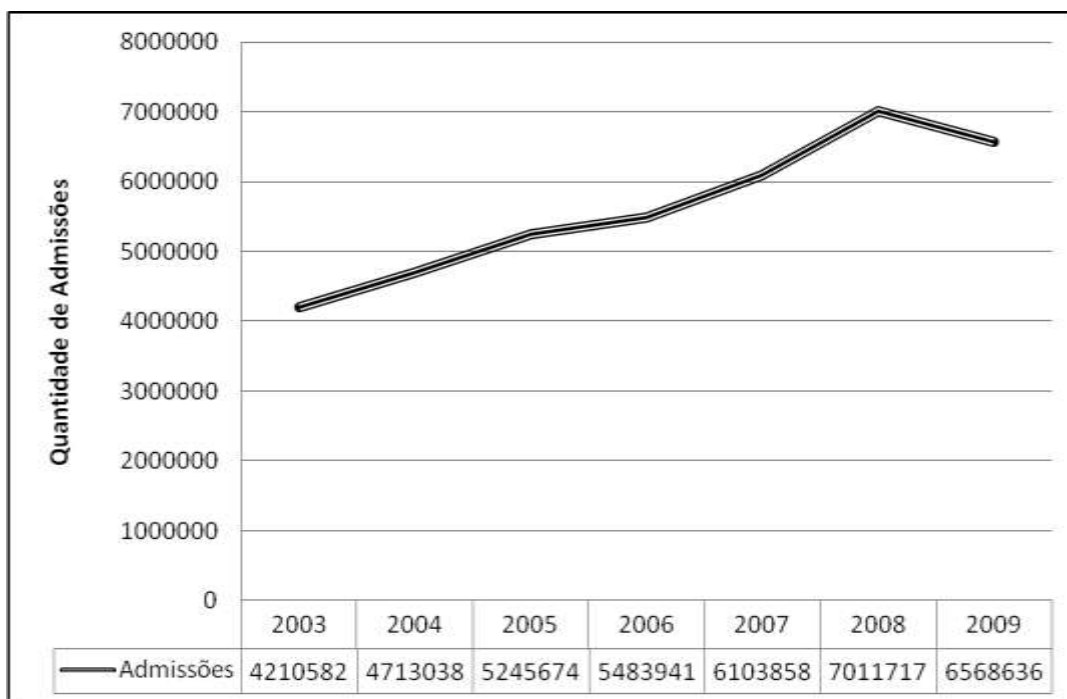


Gráfico 2 - Quantidade de admissões de 2003 a 2009

Fonte: Ministério do Trabalho, 2010

O crescimento da economia, baseado no PIB, no mesmo período de crescimento do número de instituições revelaram taxas de crescimento muito diferentes.

Concomitante a esse quadro, o crescimento da taxa de empregos também apresentou-se menor do que a taxa de crescimento do número de instituições e de formandos, apresentando indícios de que a geração de empregos poderia não ser suficiente para empregar os milhares de recém-formados que passaram, semestralmente, a chegar ao mercado.

Em decorrência dos fatos apresentados, faz-se necessário desenvolver o empreendedorismo nesses alunos, pois, além de não ficarem dependentes de oportunidades no mercado de trabalho, ainda passam a ser geradores de empregos e impulsionadores ao crescimento da economia de cada região onde atuam.

O Ministério da Educação disponibiliza em sua página eletrônica, o *e-mec*, a consulta ao número de instituições de ensino superior em cada região do país, detalhando os cursos e vagas ofertados pelas IES. De acordo com esse banco de dados, em Curitiba, são oferecidas semestralmente, 1.935 vagas para ingresso nos

cursos de Ciências Contábeis e 12.866 no curso de Administração de Empresas, totalizando 14.801 vagas nos dois cursos.

Por outro lado, apesar de uma oferta dessa magnitude para os cursos de administração de empresas e ciências contábeis, conforme dados do Censo da Educação Superior de 2009, realizada pelo INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, a taxa oficial de evasão no ensino superior, no Estado do Paraná, é de 8,3%. Portanto, com base no total de vagas ofertadas, as IES em Curitiba e descontando a taxa de evasão, as IES poderiam estar formando a cada semestre 1.787 contadores e 11.880 administradores de empresa.

1.1 QUESTÃO DE PESQUISA

O desenvolvimento do empreendedorismo nos estudantes de graduação, em especial aqueles da área de Administração de Empresas e Ciências Contábeis, é mais uma maneira para contribuir com a economia e desenvolvimento da cidadania. Em geral, espera-se que os formandos em administração e em ciências contábeis atuem na gestão das organizações.

O Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade [IBQP], desde 2001 representa o Brasil no GEM Consortium (*Global Entrepreneurship Monitor*) e divulga anualmente o Relatório Executivo do Empreendedorismo no Brasil. O GEM é responsável pela realização de estudos em 54 países. Os estudos realizados pelo GEM, têm entre outros objetivos, fornecer uma profunda visão sobre a atividade empreendedora no mundo. No caso brasileiro, estudo divulgado em 2010 referente ao ano de 2009, revela que a taxa de atividade empreendedora no Brasil foi de 15,3, significando que 15,3% dos brasileiros entre 18 e 64 anos no período investigado, estavam envolvidos em atividades empreendedoras.

O relatório publicado também aponta que, desde que esse indicador começou a ser medido no Brasil em 2001, a mais alta taxa dessa atividade foi registrada em 2009. Ainda em relação ao indicador de 2009, comparando com o ano

anterior, houve aumento na taxa de empreendedorismo dos brasileiros, uma vez que em 2008 essa taxa era de 12%.

Comparando com outros países o Brasil ocupa o 14º lugar, ficando atrás de muitos países latino-americanos como a Guatemala, Jamaica, Venezuela, Colômbia, Peru e República Dominicana, e à frente da Argentina, Chile, Uruguai e Panamá. Outro fato relevante apontado no resultado da pesquisa foi que, 80% da população pesquisada respondeu que considera como opção o início de um novo negócio, revelando que a intenção empreendedora está presente na maioria das pessoas, e ainda que, a sociedade considera e respeita pessoas que alcançam sucesso quando iniciam um novo negócio.

Ainda de acordo com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, desde 2007, a proporção entre as pessoas que decidiam empreender por necessidade e aquelas que empreendiam por oportunidade vem mudando. A pesquisa realizada em 2009 relata que, para cada pessoa que empreende por necessidade, 1,6 o fazem por terem identificado uma oportunidade de negócio, fator muito relevante quando se avalia a motivação do empreendedor.

Em geral, autores como Fillion (1991), Gerber (1996) e Drucker (1986), argumentam que um empreendedor deve reunir algumas características essenciais para a criação eficiente de novos negócios. Todo empreendedor deve sempre estar em busca de novas oportunidades, sejam elas na abertura de uma empresa nova ou na manutenção e ampliação de uma empresa já existente. Um empreendedor deve ser persistente, ter iniciativa e ser comprometido. Não deve nunca abrir mão de qualidade e eficiência e deve estar disposto a correr riscos. Deve ser criativo e ter capacidade de organização e planejamento e estar sempre em busca de novas informações, novas tecnologias e principalmente, ter facilidade de comunicação com as pessoas.

Veciana, Aponte e Urbano (2005) que comparou as intenções empreendedoras entre Espanha, especificamente a região da Catalunha e Porto Rico. Com base nos achados relatou que os estudantes dos dois países têm uma percepção positiva quanto à criação de um novo empreendimento, porém, a percepção da viabilidade da criação da empresa não é tão favorável.

Os mesmos autores pesquisaram ainda, a relação entre o gênero dos respondentes e algumas variáveis e relataram que os respondentes do sexo masculino na Catalunha, têm maior intenção de criação de um novo negócio, e ainda, que alunos com parentes empresários têm pensado seriamente na criação de um novo empreendimento. Já em Porto Rico, o sexo dos respondentes e a condição de ter, ou não, empresários na família, não influenciou a intenção de criação de uma nova empresa.

Os achados do estudo realizado por Linã e Chen (2009), comparando as intenções empreendedoras entre estudantes de Taiwan e da Espanha, sugerem que os fatores comportamentais (TPB) influenciadores da intenção empreendedora são similares em diferentes culturas. No entanto, as especificidades nacionais se manifestam no modo como as pessoas apreendem a realidade e a transformam em percepções para um empreendimento.

Linã e Chen (2009), relatam ainda que, nos resultados da pesquisa, as normas subjetivas, ou seja, a influência do ambiente social no comportamento, são o primeiro filtro aos estímulos externos ao empreendedorismo, e portanto as normas subjetivas é que vão influenciar a avaliação favorável ou desfavorável que o indivíduo faz de determinados comportamentos, representado pelas atitudes pessoais e influenciar a percepção sobre a facilidade ou dificuldade em realizar determinadas tarefas, representado pelo controle comportamental percebido.

O Brasil vem apresentando crescimento, ao longo dos anos, em suas taxas de empreendedorismo divulgadas pelo GEM. Em 2009, o percentual de 15,3%, foi o mais alto desde o início da publicação desse relatório, em 2001.

Investigar se há diferenças nas atitudes e na intenção empreendedora entre os alunos dos cursos de graduação em administração e ciências contábeis, fornecerá subsídios para os formuladores de políticas públicas, no caso, local, como também para os gestores dos cursos pesquisados..

Portanto, a questão de pesquisa que orienta esta investigação é:

Há diferença entre os formandos em administração e ciências contábeis, das IES de Curitiba [PR], nas suas atitudes e intenção empreendedora?

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

1.2.1 Objetivo geral

- Identificar se há diferença entre os formandos em administração e ciências contábeis, das IES de Curitiba [PR], nas suas atitudes e intenção empreendedora.

1.2.2 Objetivos específicos

- Identificar as intenções empreendedoras dos empreendedores dos alunos concluintes dos cursos de administração de empresas e ciências contábeis;
- Identificar quais fatores comportamentais – atitudes – de acordo com *Theory of Planned Behaviour* influenciam na intenção empreendedora dos alunos dos cursos de administração de empresas e ciências contábeis.

1.3 JUSTIFICATIVA

O crescimento da quantidade de Instituições de Ensino Superior em Curitiba, 244,81% para Administração e 155,11% para Ciências Contábeis, no período de 1997 a 2009, estimuladas pelo Plano Nacional de Desenvolvimento da Educação, com a intenção de prover acesso ao ensino superior a um maior número de pessoas, veio em descontra aos números que representam o crescimento da economia nacional no mesmo período, representado pelo crescimento do PIB (de 32,7%) sendo, portanto, fundamental o desenvolvimento do estímulo empreendedor em alunos desses cursos de graduação.

Ainda que, muitos graduandos já estejam empregados no decorrer do curso, e conseqüentemente, quando concluírem a sua graduação, o ingresso em um curso de nível superior, de maneira geral, tem como objetivo a ascensão profissional, tanto

dentro da própria empresa onde atuam, quanto à mudança de empresa, visando uma carreira melhor.

Conhecer a intenção empreendedora, as diferenças e semelhanças entre as atitudes empreendedoras dos estudantes dos cursos de Administração de Empresas e de Ciências Contábeis, pode significar, entre outros, conhecer como estão sendo preparados esses alunos para o mercado de trabalho.

O mercado de trabalho atualmente, pode não estar preparado, devido a quantidade de graduandos, para absorver de maneira satisfatória, todos aqueles que estão concluindo um curso de nível superior e almejando um crescimento profissional.

Esse crescimento profissional pode acontecer, tanto nas empresas onde já trabalham, em novas oportunidades, quanto na abertura de uma nova empresa por parte desses alunos que vierem a empreender.

Como os cursos de Administração de Empresas e de Ciências Contábeis, são essencialmente voltados para a gestão empresarial, é fundamental pesquisar a intenção empreendedora dos graduandos que estão concluindo seus cursos.

1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

A presente dissertação está dividida em cinco partes, conforme segue: Introdução, Fundamentação Teórica, Metodologia, Apresentação dos Resultados e Discussão e Conclusão, Recomendações e Limitações. A Figura 1 ilustra a estruturação do trabalho.

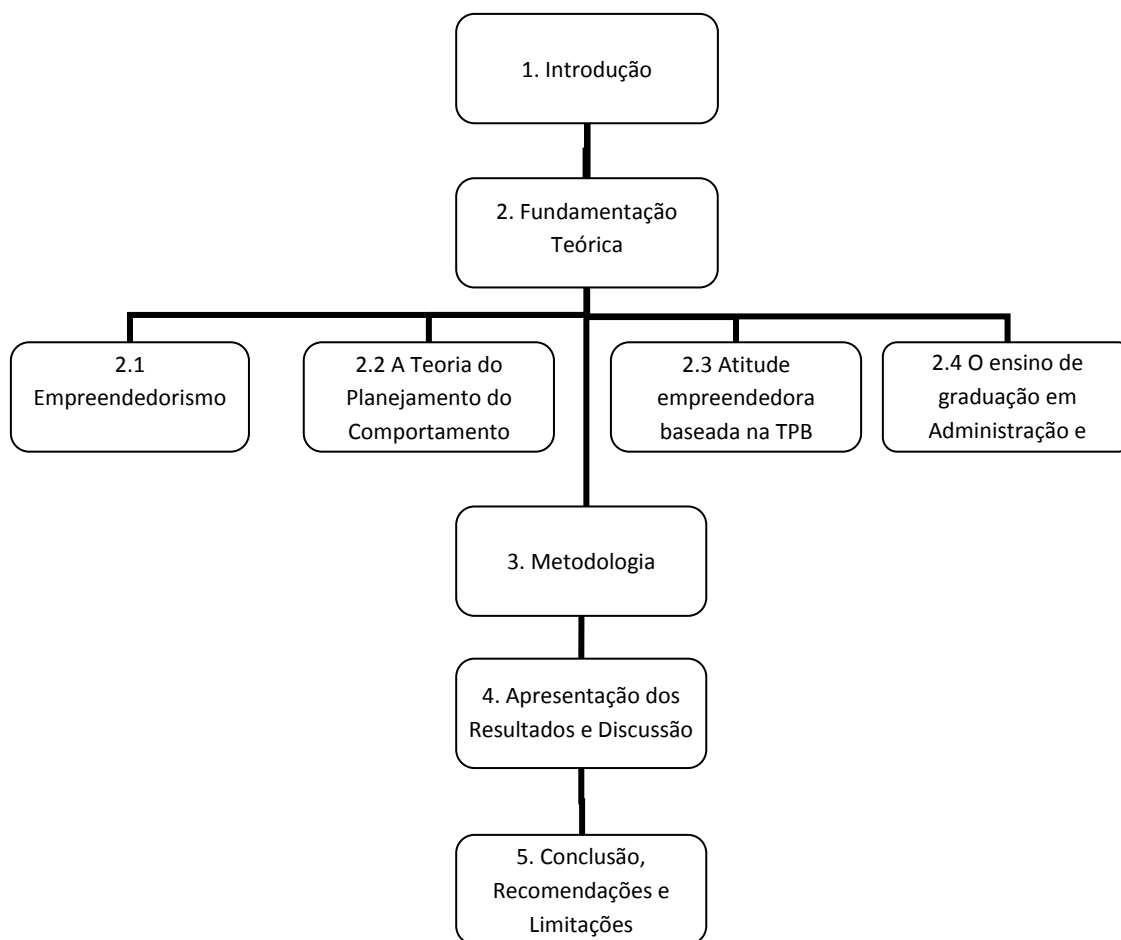


Figura 1 - Estrutura da dissertação

Inicialmente, uma breve introdução sobre empreendedorismo, a relação entre os novos profissionais inseridos pelas instituições de ensino no mercado e o crescimento do mercado de trabalho. Na introdução também são especificados os problema de pesquisa, os objetivos geral e específicos, a justificativa da pesquisa e a estrutura da dissertação.

A fundamentação teórica disserta sobre empreendedorismo e a sua importância e traz números oficiais acerca da quantidade de instituições em Curitiba, nas modalidades existentes, que oferecem os cursos que são objeto desse estudo, de Ciências Contábeis e Administração de Empresas. Também foi abordada a *Theory of Planned Behavior* (TPB – Teoria do Planejamento do Comportamento) e a atitude empreendedora baseada nessa teoria. São abordados ainda, alguns trabalhos publicados acerca da intenção empreendedora de estudantes universitários e as razões que levam a empreender. Os procedimentos

metodológicos apresentam qual o tipo de pesquisa que foi realizada, de que forma os dados da pesquisa foram coletados e como foram tratados.

Os resultados da pesquisa apresentam uma análise dos resultados obtidos na pesquisa com os alunos concluintes dos cursos de graduação em Ciências Contábeis e Administração de Empresas, analisando a sua intenção empreendedora, quais as informações mais relevantes e a importância desse resultado. As considerações finais trazem as análises dos resultados obtidos e ainda faz recomendações para a realização de novos trabalhos sobre o tema.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 EMPREENDEDORISMO

Discorrendo sobre a decisão de ser ou não um empreendedor e o horizonte temporal de ocorrência desse evento, Linã e Chen (2009, p.595) argumentam:

[...] a decisão de se tornar um empreendedor pode ser considerada voluntária e consciente, porém é necessário analisar o modo como essa decisão é tomada. [...] o empreendedorismo ocorre ao longo do tempo, porém, a intenção empreendedora é o primeiro passo para o processo de criação da empresa.

O empreendedorismo pode ser associado à inovação, ousadia e criatividade, e ainda à capacidade de criar oportunidades e correr riscos calculados. A criação de novos negócios e a implantação de inovações também podem estar associados aos conceitos de empreendedorismo (SANTOS *et al*, 2008)

Apesar de a decisão de empreender ou não, ser um ato voluntário e consciente, a tomada de decisão não ocorre de maneira espontânea. Tomar uma decisão é o ato de escolher entre alternativas mutuamente exclusivas. A tomada de decisão é parte de um processo, que em geral, dada uma situação, envolve especificar o problema ou oportunidade, identificar as alternativas e com base em algum modelo, a escolha da melhor alternativa (ALMEIDA, 1996). É sabido que as nossas decisões são influenciadas por muitos fatores, ainda que sejam tomadas de maneira voluntária e consciente. Na decisão de empreender [ou não] não é diferente. Entre os fatores potencialmente influenciadores na intenção de empreender, destacamos: valores pessoais, desejos, crenças, hábitos, oportunidades e necessidades.

Ajzen (1991, *apud* LINÃ; CHEN, 2009) denomina essas influências de antecedentes motivacionais, que por sua vez são vetores indutores do aumento da intenção empreendedora. Além desses, o autor também aponta alguns fatores situacionais como influentes nessa intenção: limitação de tempo, dificuldade para a realização da atividade, influência de outras pessoas, entre outros.

Gualdrón, Gracia e Dobón (2009, p. 303) empreenderam uma análise da literatura sobre a motivação empreendedora e concluíram que é escassa e

fragmentada. Com base nos estudos analisados, os autores elaboraram uma síntese das “razões para criação de um empreendimento”, ou seja, as motivações indutoras para a criação de um empreendimento, conforme Quadro 1:

Ano	Autor (es)	Razões para criação de um empreendimento
1982	Doutriaux e Peterman	Tédio gerado pela rotina e desejo de mais liberdade e independência.
1990	Samsom e Gurdon	Avanço da ciência e suas aplicações resultaram em oportunidade de se tornar um empreendedor pessoal e de ganhar dinheiro
1992	Doutriaux e Orvalho	Três tipos de empreendedores acadêmicos: real (trouxeram maior retorno financeiro), casual (a criação da empresa foi um meio para outros objetivos) e relutante (avessos à criação de empresas, mas foram “forçados” por ser a única maneira de desenvolver um produto promissor).
1994	Autio e Kauranen	Motivações relacionadas ao mercado, ao desenvolvimento da tecnologia, à satisfação pessoal e a disponibilidade dos recursos e infra-estrutura necessária para iniciar um novo negócio.
1995	Weatherston	Motivados pelas forças de “ <i>pull</i> ” (desejo de independência, falta de confiança nos outros para comercialização de seus produtos, controle da invenção e desejo de riqueza) e “ <i>push</i> ” (insatisfação em seus trabalhos).
2000	Chiesa e Piccaluga	Ampla gama de motivações, que também classificaram como “ <i>pull</i> ” (oportunidades de mercado, necessidade de aplicar os conhecimentos para uso prático) e “ <i>push</i> ” (necessidade de mudança no ambiente de trabalho).
2004	Shane	Evidência qualitativa sobre uma gama diversificada de motivações, reunidas em duas categorias: psicológica e orientado a carreira.

Quadro 1 - Razões para a criação de um empreendimento

Fonte: Elaborado a partir de Gualdrón, Gracia e Dobón (2009)

Para os mesmos autores, com base na amostra pesquisada, conforme Quadro 1, na maioria dos estudos analisados, “[...] a motivação empreendedora é analisada de forma tangencial, tendo apenas algumas razões possíveis para a criação de uma empresa”. Também apontam alguns aspectos metodológicos e operacionais, como “[...] os tamanhos das amostras nos estudos quantitativos são pequenos e concentram-se principalmente nos Estados Unidos, Canadá e alguns países da Europa”.

De acordo com Ramos (2009, p. 22), a pesquisa sobre empreendedorismo é dividida em correntes, tais como a corrente ambientalista, onde a ação empreendedora tende a ser mais forte em países ou lugares com maior grau de liberdade de expressão, a corrente financista, onde o foco é a lucratividade dos negócios, a corrente de deslocamento social, onde a imigração forçada, a tradição regional, entre outros são fatores determinantes em empreender, a corrente que investiga traços de personalidade de empreendedores bem sucedidos, a corrente que pesquisa a oportunidade como preponderante à ação empreendedora e a

corrente da formulação estratégica, onde se analisam os erros ou acertos no sucesso ou insucesso dos empreendedores.

O empreendedorismo vem sendo objeto de estudos há mais de seis décadas, porém, intensificada nas três últimas, uma vez que essas pesquisas passaram a colaborar com o entendimento da intenção empreendedora dos estudantes de graduação e contribuir com o crescimento da economia dos países.

2.1.1 Empreendedorismo no Brasil

O Relatório Executivo de Empreendedorismo no Brasil de 2009, resultante da parceria Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade [IBPQ] e do *Global Entrepreneurship Monitor* [GEM] é um estudo sobre a atividade empreendedora no Brasil. O GEM [2009] assume a premissa que para a atividade empreendedora ocorrer em um país, às oportunidades para o empreendedorismo e a capacidade de empreender deve estar presentes.

De acordo com Barros e Pereira (2008, p. 978), “[...] um dos principais veículos da atividade empreendedora é a pequena empresa”. Argumentam os autores que no Brasil, no período 1996 a 2004, as pequenas empresas geraram muito mais empregos que as de maior porte, ou seja, que empregam 100 ou mais pessoas. Em 2004, relatam os autores, 22% da população com 10 anos de idade ou mais trabalhava por conta própria.

O Brasil, de acordo com o estudo do GEM [2009] é avaliado de maneira positiva quanto à existência de oportunidade no ambiente e, também, da capacidade individual para a abertura de novos negócios. Entre os diversos achados da pesquisa, o Quadro 2, Percepção de oportunidades e habilidades para iniciar um novo negócio no Brasil, resume e destaca as percepções mais positivas entre os empreendedores em estágio inicial de suas atividades.

Perceber boas oportunidades para se começar um novo negócio e possuir conhecimento, habilidade e experiência para começar um negócio, podem ser fundamentais para transformar em ação, a intenção empreendedora. De acordo com o Quadro 2, mais da metade dos respondentes da pesquisa realizada pelo IBPQ, identificam essas características nas regiões onde vivem e em suas características pessoais.

Afirmações	Empreendedores		Totais
	Iniciais	Estabelecidos	
Afirmam perceber para os próximos seis meses boas oportunidades para se começar um novo negócio na região onde vivem.	57,3 %	48,1 %	47,9 %
Consideram possuir conhecimento, habilidade e experiência necessárias para começar um novo negócio.	72,0 %	69,3 %	56,9 %

Quadro 2 – Percepção de Oportunidades e Habilidades para criar um novo negócio no Brasil

Fonte: Relatório Executivo sobre Empreendedorismo no Brasil, 2009

Ainda de acordo com esse relatório, a atividade empreendedora no Brasil tem como traço característico uma considerável estabilidade. De 2001 a 2008, a TEA – Taxa de Empreendedores Iniciais, manteve-se em torno de 13%, com pequenas variações, de acordo com o gráfico apresentado a seguir, contudo, em 2009, foi verificada a maior taxa do período, 15,3%, como mostra a Figura 2:

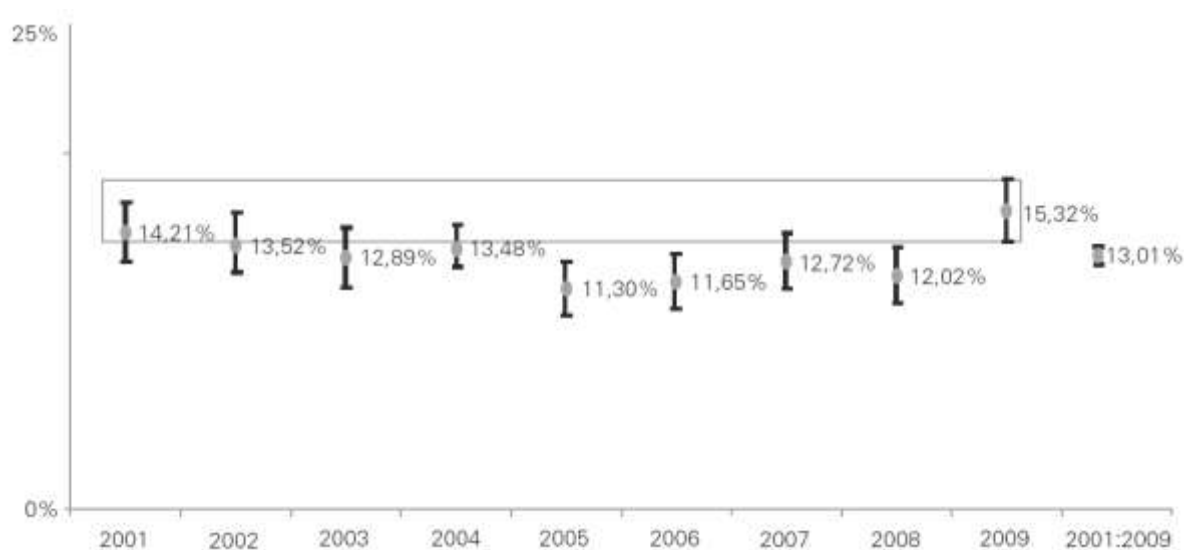


Figura 2 – Taxa de empreendedores Iniciais

Fonte: Relatório Executivo sobre Empreendedorismo no Brasil, 2009

O estudo “Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência das micro e pequenas empresas no Brasil”, (SEBRAE, 2007), sobre a taxa de mortalidade das empresas relatou que, com relação mortalidade das empresas no ano de 2007, a taxa apurada foi de 70,0% nos primeiros cinco anos de existência da empresa. No entanto, na fase inicial, a taxa de mortalidade das empresas é menor. O estudo aponta que nos dois primeiros anos de existência a taxa de mortalidade entre a

população de empresas pesquisadas é de 25,2%. A taxa de mortalidade de um empreendimento é calculada, tomando como base a natalidade das empresas. Na amostra de empresas pesquisadas, quanto ao porte, 99,0% pertenciam a categoria de micro empresa.

O estudo “Demografia das firmas brasileiras”, realizado pelo BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social em 2003, analisando o crescimento da abertura de empresas no período de 1995 a 2000, publicou que no período pesquisado, em média, a cada ano foram criadas 314 mil firmas e fechadas 219 mil. O estudo revela que 48% das micro empresas criadas em 1996 não existiam em 2000. Em relação à possibilidade de fechamento dessas empresas, o estudo relata que 18,3% fecham no primeiro ano, 36,1% no segundo ano, podendo chegar a 48,1% no terceiro ano. Em se tratando de médias empresas a taxa de mortalidade foi de 31%.

Outro estudo denominado “Doze anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas”, publicado em 2010 pelo SEBRAE de São Paulo, é o resultado de monitorar durante 12 anos a sobrevivência e a mortalidade de empresas. Entre outros, os achados evidenciam que 27% das empresas daquele estado fecham em seu 1º ano de atividade. Outro dado relevante da pesquisa refere-se às causas da mortalidade das empresas, apontando como principal causa dessa mortalidade o comportamento empreendedor pouco desenvolvido dos proprietários das empresas, seguido de falta de planejamento prévio, gestão deficiente do negócio, insuficiência de políticas de apoio, flutuações na conjuntura econômica e problemas pessoais dos proprietários. Logo, considerando relevante o achado sobre o “baixo desenvolvimento da capacidade empreendedora”, é importante compreender quais são as características desejáveis para um empreendedor.

2.1.2 Empreendedorismo e economia

Segundo Fontenele (2010, p. 1097), ainda que o empreendedorismo tenha sido excluído dos estudos acerca das teorias do crescimento econômico, muito economistas discorrem sobre a importância da capacidade empreendedora para o progresso econômico. Schumpeter (1950), apresentou o empreendedor como o principal promotor do desenvolvimento econômico.

Nada mais alarmante para a economia, desenvolvimento e bem estar de uma sociedade, as notícias de fechamento de empresas, supressão de postos de trabalhos, queda de arrecadação de impostos e tributos. A criação de novos negócios e expansão dos atuais, aliados aos demais fatores, entre outros, os de cunho político e institucional, é relevante para o desenvolvimento, local, regional e do país.

Anualmente, de acordo com Reynolds (2005, p. 449), milhões de empresas são abertas no mundo, sugerindo que as pessoas que iniciam novos empreendimentos têm características iguais. Para o autor, esses empreendedores, geralmente induzidos pela motivação de criar e conduzir um negócio, podem, nas regiões em que atuam, estar sendo os responsáveis pela aceleração ou estagnação do desenvolvimento econômico e social.

Dornelas (2001, p. 39) afirma que:

O empreendedorismo é a força que existe por trás da inovação e do crescimento sustentável na maioria das economias prósperas. Através dele, novas idéias e abordagens, tecnologias avançadas, ferramenta para o incremento da produtividade e produtos de alto valor agregado são continuamente introduzidos nos negócios e nos mercados, contribuindo fortemente para a permanência da mudança na sociedade.

Ainda de acordo com Dornelas (2001), empreendedores contribuem diretamente para o desenvolvimento de um país gerando riquezas e, portanto, são merecedores de respeito e valorização.

O empreendedorismo tem sido vinculado às preocupações dos formuladores de políticas públicas e econômicas, tanto para as regiões carentes de desenvolvimento, como aquelas em estágio maduro de desenvolvimento. Santos (2008, p. 73) manifestando o mesmo entendimento, argumenta que a preocupação com o desenvolvimento de regiões subdesenvolvidas e continuidade de desenvolvimento naquelas regiões com maiores taxas de emprego, renda e utilização de tecnologia, tem direcionado governos, universidades e organizações não-governamentais para o fomento do empreendedorismo.

Seja no desenvolvimento de uma região, como na continuidade da condição de desenvolvida, as atividades empreendedoras são consideradas por alguns autores como fundamental. Entre eles, talvez o mais influente e importante, Schumpeter (1961, p.74 *apud* Santos 2008) chamou o empreendedorismo de o

“fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico”. Na mesma linha, Kantis, Ishida e Komari (2002, p.1 *apud* SANTOS 2008) afirmam:

[...] vários estudos, realizados recentemente, têm demonstrado o quanto os novos negócios são importantes para o processo de criação de postos de trabalho, para a inovação e para o crescimento econômico.

Estudos como o de Audretsch *et al.* (2005, p.11), evidenciam que nos países que apresentam aumento nas taxas de empreendedorismo, também tem sido observado crescimento nas taxas de empregos. Os autores afirmam que esses achados reforçam a idéia do impacto positivo do desemprego na iniciativa de empreender um novo negócio, gerando assim, o auto-emprego. Por outro lado, os autores, com base na literatura, afirmam que há um relacionamento positivo entre o desemprego e a geração de novos negócios.

2.1.3 Educação superior e empreendedorismo

Dolabela (2006) argumenta que em decorrência da necessidade e competências e habilidades, as pessoas têm procurado preparar-se melhor para o mundo do trabalho. Em vista disso, as instituições de ensino, em especial as de ensino superior, passaram a disseminar a cultura empreendedora.

O papel das universidades tem sido importante na criação de novos empreendimentos, em especial por meio das atividades desenvolvidas nas incubadoras. A participação das universidades pode ser materializada, desde a oferta de disciplinas isoladas de planos de negócios, empreendedorismo, incubadoras, ou mesmo, formalizando o ensino do empreendedorismo.

Timmons e Spinelli (2006) entendem que as atitudes empreendedoras devem ser estimuladas nos estudantes de curso técnico e superior, seja para criarem seus próprios negócios ou gerirem os micros e pequenos empreendimentos familiares, com uma postura de empreendedor.

De acordo com Linã e Chen (2009), implicações acerca do empreendedorismo podem ser obtidas em, pelo menos, duas áreas: em primeiro lugar o ensino do empreendedorismo, que segundo Carrier (2005, *apud* LINÃ; CHEN, 2009), um curso consistindo apenas na produção de um plano de negócios, pode ter impacto negativo sobre as atitudes pessoais abordadas pelo TPB, sendo portanto, necessário um programa mais amplo de educação empresarial. Em

segundo lugar, quanto mais o empreendedorismo é valorizado como opção de carreira, maior a probabilidade de as pessoas perceberem as normas subjetivas favoráveis na influência das intenções empreendedoras.

Na década de 70 as escolas de administração norte-americanas estavam voltadas para a formação de empregados, com pouca ênfase em inovações e em geração de negócios. A partir da década de 80, a educação em empreendedorismo ganhou mais espaço na academia (HISRIC, 1988, p. 1). Como consequência da mudança de postura no ensino nos cursos ofertados pelas universidades americanas, em especial em administração, Vesper e McMullan (1988, p.8) constataram na década de 80, uma oferta crescente do número de disciplinas de empreendedorismo, passando de 6 em 1967 para 300 em 1988.

Henrique e Cunha (2006, p. 4), afirmam que o ensino do empreendedorismo está crescendo e se consolidando nos principais centros de graduação e pós-graduação e apresentam um quadro com a evolução do ensino do empreendedorismo de 1981 a 1999. O Quadro 3 foi elaborado por esses autores:

ANO	INSTITUIÇÃO	CURSOS
1981	Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas – São Paulo	Curso de Especialização em Administração para Graduados
1984	Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas – São Paulo	O curso foi estendido para a graduação, sob o nome de “Criação de Novos Negócios” – Formação de Empreendedores
1984	Universidade de São Paulo – FEA/USP	Criação de Empresas – curso de graduação em Administração
1985	Universidade de São Paulo – FEA/USP	Criação de Empresas e Empreendedorismo de Base Tecnológica, no Programa de Pós Graduação em Administração
1989	CIAGE – Centro Integrado de Gestão Empreendedora	Formação de Empreendedores
1992	Departamento de Informática da Universidade de Pernambuco e Fundação de Apoio à Ciência do Estado de Pernambuco (FACEPE)	Criação do CESAR – Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife
1993	Programa Softex do CNPq – UFMG	Metodologia do ensino de empreendedorismo, oferecida no curso de graduação em Ciência da Computação da UFMG
1995	Departamento de Informática da Universidade de Pernambuco e Fundação de Apoio à Ciência do Estado de Pernambuco (FACEPE)	CESAR cria uma pré-incubadora voltada para projetos de exportação de software, que mais tarde transformou-se no Recife-Beat, inserido no Programa Softex
1995	Escola Federal de Engenharia em Itajubá, em Minas Gerais – EFEI	Criação do GEFEI – Centro Empresarial de Formação Empreendedora de Itajubá
1995	Universidade de Brasília – UNB	Criação da Escola de Empreendedores com o apoio do SEBRAE-DF
1996	Departamento de Informática da Universidade de Pernambuco e Fundação de Apoio à Ciência do Estado de Pernambuco (FACEPE)	CESAR – Centro de Estudos e Sistemas Avançados de Recife Disciplina de ensino de empreendedorismo no curso de graduação em Ciência da Computação
1996	O Programa Softex, criado pelo CNPq – Sociedade Softex	Implantação de dois projetos: o Gênesis, na área de incubação universitária, e o Softstart, na área de ensino do empreendedorismo
1997	PUC/RIO	Criação do Instituto Gênesis para Inovação e Ação Empreendedora
1997	IEL-MG, FUMSOFT, Secretaria de Estado de Ciência e Tecnologia e Fundação João Pinheiro e Sebrae/Minas	Lançamento do Programa REUNE, Rede de Ensino Universitário de Empreendedorismo
1998	CNI-IEL e Sebrae	Nacional Lançamento do Programa REUNE – Brasil, expandindo a filosofia da rede universitária de ensino de empreendedorismo para todo o país
1998	Capítulo Brasileiro do ICSB, International Council for Small Business	Programas nacionais de empreendedorismo
1999	Várias Instituições Brasileiras	Atinge-se um público de cerca de 8.000 alunos no ensino de empreendedorismo

Quadro 3 - Histórico do Empreendedorismo em Cursos de Graduação e Pós-Graduação

Fonte: Henrique e Cunha (2006)

O espaço, importância e interesse pelo tema também teve reflexo na quantidade de professores a ele dedicados. Katz e Boal (2003) nos achados de sua pesquisa sobre o tema verificaram que em diversos países houve expressiva evolução, passando de 101 professores em 1991 para 563 em 2003.

No Brasil, os cursos sobre empreendedorismo foram introduzidos na década de 80. As instituições de ensino pioneiras foram a Universidade de São Paulo [USP], a Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas [EAESP/FGV] e a Universidade do Rio Grande do Sul [UFRGS] (ARAÚJO *et al.*, 2005, p. 21). Souza *et al.* (2004, p. 8), identificaram que no ano de 2004, 131 Instituições de Ensino Superior públicas e privadas brasileiras contavam com 346 docentes atuantes no ensino e atividades relacionadas ao empreendedorismo.

O tema empreendedorismo, de um modo geral, ao longo dos últimos anos, aumentou gradativamente o espaço ocupado no meio acadêmico. No entanto, não há homogeneidade entre as instituições na forma como a disciplina é ofertada, tanto em conteúdo como sua abordagem pedagógica, além da utilização de diferentes métodos educacionais.

Também foi constatado que o foco da maioria das disciplinas ofertadas pelas instituições pesquisadas é na elaboração de um plano de negócios e, geralmente, não ocorrendo a sua efetiva implantação (HENRY *et al.*, 2005, p. 105). No caso brasileiro, Souza *et al.* (2004, p.8), investigando as práticas de ensino de empreendedorismo nas instituições de ensino superior, entre outros achados, identificaram alguns métodos que privilegiam a prática da gestão, como os estudos de caso e os jogos de empresas.

Costa (2008, p. 14) em seu estudo sobre os fatores de influência no interesse empreendedor com estudantes da área de gestão, relatou que os alunos pesquisados se interessam de forma mediana pelo empreendedorismo, apesar de perceberem a alta vocação da área dos cursos em que estão matriculados para a característica empreendedora, de perceberem um bom suporte de amigos e familiares e considerando terem um bom domínio das habilidades necessárias para empreender.

Ferreira e Mattos (2003, p. 9), também empreenderam estudo no ambiente brasileiro e com base amostra de 432 alunos de graduação em administração,

reportaram que os respondentes: (i) têm a intenção de empreender; (ii) já empreenderam e/ou vivem em um ambiente empreendedor familiar; (iii) as práticas educacionais mais incentivadoras do empreendedorismo são as atividades de desenvolvimento de produtos e criação de empresas fictícios.

2.2 A TEORIA DO PLANEJAMENTO DO COMPORTAMENTO

Em 1991, Ajzen apresenta a Teoria do Comportamento Planejado (*TPB – Theory of Planned Behaviour*), visando explicar o comportamento humano em geral diante de uma situação particular. A TPB prevê que o comportamento e a intenção de agir resultam da combinação de três atitudes: (i) atitude individual diante desse comportamento, (ii) da norma subjetiva que lhe é implícita e (iii) da percepção sobre o controle do comportamento em causa.

Ajzen (1991) argumenta que as atitudes pessoais referem-se à atitude ou crença perante um comportamento, e corresponderá à avaliação favorável ou desfavorável que o indivíduo faz desse comportamento. Assim, se o indivíduo considera que determinado comportamento está de acordo com suas crenças, provavelmente esse indivíduo adotará uma posição favorável à execução desse comportamento.

A norma subjetiva diz respeito à influência do ambiente social no comportamento, ou seja, representa a pressão social para adotar um determinado comportamento, traduzida pela percepção do indivíduo sobre qual o comportamento que os outros, cuja opinião ele valoriza, esperam que ele tenha. Portanto, se aquelas pessoas que são importantes na sua vida, aprovarem determinado comportamento, ele estará favoravelmente condicionado a executá-lo.

E o controle comportamental percebido, refere-se à percepção sobre o controle do comportamento e representa a percepção do indivíduo sobre sua facilidade ou dificuldade em realizar determinada tarefa, condicionando, dessa forma, a sua intenção.

A Figura 3 apresenta o modelo da Teoria do Planejamento do Comportamento, proposto por Ajzen:

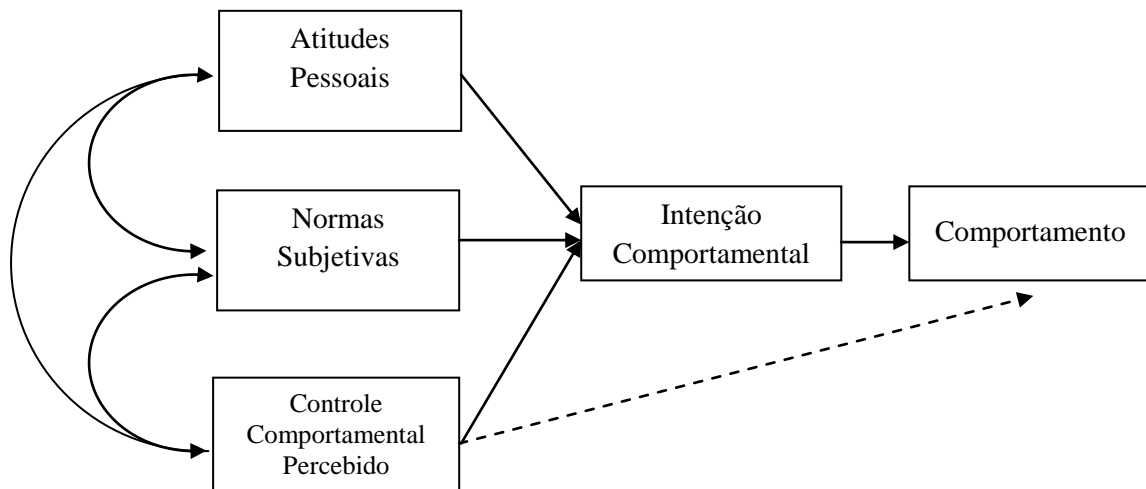


Figura 3 - Teoria do Planejamento do Comportamento

Fonte: Ajzen, (1999)

Para Almeida (2005, p. 4) a TPB impôs-se como uma das mais difundidas teorias do comportamento humano no contexto das ciências sociais e, tem sido testado em vários estudos como modelo explicativo do comportamento humano, cujos resultados revelam capacidade explicativa satisfatória.

2.3 ATITUDE EMPREENDEDORA BASEADA NA TPB

A intenção de se fazer algo, materializada pelo nosso comportamento, depende de nossas atitudes. A esse respeito, Lopes Jr e Souza (2005, p. 8) argumentam que:

[...] muito da atenção dispensada pelos estudiosos para explicar o conceito de atitude vem da tentativa de se prever o comportamento social [...] sendo a atitude, a disposição para responder favorável ou desfavoravelmente a um objeto psicológico.

Ajzen e Fishbein (2000, p. 13) afirmam que as pesquisas revelaram fraca relação entre atitudes verbais e o real comportamento manifestado. A fraca relação ocorre porque a maioria das abordagens com resultados negativos falhou ao reconhecer a especificidade situacional dos comportamentos humanos. No caso, as pesquisas que obtiveram resultados negativos foram realizadas em de grupos

raciais ou étnicos, igrejas, locais de trabalho, onde os respondentes tentaram prever ações específicas em um determinado contexto.

Rodrigues (1972, p. 402) argumenta:

[...] atitudes envolvem o que as pessoas pensam, sentem, e como elas gostariam de se comportar em relação a um objeto atitudinal. O comportamento não é apenas determinado pelo que as pessoas gostariam, mas, também, pelos que elas pensam que devem fazer, isto é, normas sociais; pelo que elas geralmente têm feito, isto é, hábito, e pelas conseqüências esperadas de seu comportamento.

Em seu estudo seminal, Ajzen (1991, p. 180) denomina a inclusão de outros fatores na tentativa de se predizer o comportamento como o princípio da agregação. A idéia por trás do princípio da agregação é a suposição de que qualquer comportamento reflete, não apenas a influência de disposições gerais relevantes, mas, também, sofre a influência de vários outros fatores únicos para a ocasião e ação particular que está sendo observada.

Em estudo posterior sobre a influência das atitudes sobre o comportamento, Ajzen e Fishbein (2000, p. 14) defendem que quanto mais favorável forem às atitudes pessoais e às normas subjetivas com respeito ao comportamento e quanto maior for a percepção de controle comportamental, mais forte será a intenção individual para desempenhar o comportamento em questão.

2.4 O ENSINO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS EM CURITIBA

2.4.1 Instituições de Ensino Superior em Curitiba

O Ministério da Educação (MEC) apresenta, em sua página eletrônica, as instituições de ensino superior classificadas em cinco tipos de modalidades: Universidades, Centros Universitários, Faculdades Integradas, Faculdades Isoladas e Institutos Superiores ou Escolas Superiores, sendo que estas instituições podem ter caráter público ou privado. O Quadro 3, mostra a divisão dessas instituições em Curitiba:

Natureza Jurídica	Modalidade	Números de instituições
Pública	Escola Superior	1
	Instituto Superior	1
	Universidade	2
Total públicas		4
Particular	Centro Universitário	3
	Escola Superior	2
	Faculdades Isoladas	36
	Faculdades Integradas	4
	Institutos Superiores	2
	Unidade de Ensino Superior	1
	Universidades	3
Total particulares		51
Total de instituições		55

Quadro 4 - Instituições de Ensino Superior em Curitiba

2.4.2 Instituições de Ensino Superior em Curitiba que oferecem os cursos de Ciências Contábeis e Administração de Empresas

Das de 55 instituições de ensino superior existentes, públicas e privadas, em Curitiba em 2010, o curso de Administração de Empresas era ofertado por 29, sendo o de Ciências Contábeis por 22. As vagas disponíveis por IES, publicizadas pelo Ministério da Educação são apresentadas na Tabela 1:

Tabela 1- Instituições de Ensino Superior em Curitiba que oferecem o curso de Administração e de Ciências Contábeis

Instituição	Vagas ofertadas por semestre	
	Administração de Empresas	Ciências Contábeis
Centro Universitário Campos de Andrade - Uniandrade	2460	270
Centro Universitário Curitiba – UNICURITIBA	300	50
Centro Universitário Franciscano do Paraná - FAE	640	75
Escola Superior de Gestão Comercial e Marketing - ESIC	300	-
Faculdade Anchieta de Ensino Superior do Paraná - FAESP	200	50
Faculdade CBES - CBES	100	-
Faculdade de Administração, Ciências, Educação e Letras - FACEL	250	100
Faculdade de Ciências Sociais e Aplicadas do Paraná - FACET	100	50
Faculdade de Educação Superior do Paraná – FESP PR	425	125
Faculdade de Tecnologia de Curitiba - FATEC-PR	100	-
Faculdade Dom Bosco - FDB	336	-
Faculdade Doutor Leocádio José Correia - FALEC	100	-
Faculdade Estação – FAEST	200	-
Faculdade Internacional de Curitiba – FACINTER	1050	75
Faculdade Modelo – FACIMOD	200	25
Faculdade Padre João Bagozzi - FACULDADE BAGOZZI	100	-
Faculdade Paranaense – FAPAR	600	50
Faculdade Radial Curitiba	400	100
Faculdades Integradas Camões – FICA	100	80
Faculdades Integradas do Brasil – UNIBRASIL	900	75
Faculdades Integradas Santa Cruz de Curitiba – FARESC	740	100
Faculdades Opet	400	100
Faculdades Spei – FACSPEI	830	70
Instituto De Ensino Superior de Curitiba – IESC	300	50
Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR	660	120
Unidade de Ensino Superior Expoente – UNIEXP	100	-
Universidade Federal do Paraná – UFPR	205 - anual	120 - anual
Universidade Positivo – UP	420	150
Universidade Tuiuti do Paraná – UTP	350	100
Total	12866	1935

Fonte: Ministério da Educação (2010)

Os dados constantes na Tabela 1, evidenciam que na cidade de Curitiba são ofertadas a cada semestre pelas IES particulares, 1815 vagas no curso de Ciências Contábeis e 12.661 vagas no curso de Administração de Empresas. A Universidade

Federal do Paraná oferta 120 vagas para Ciências Contábeis e 205 para Administração, com entrada anula, diferentemente das privadas.

Do total de vagas ofertadas para o curso de Ciências Contábeis, 120 são por uma IFES – Instituto Federal Ensino Superior e as demais 1715 por instituições de ensino superior particulares. Para o curso de Administração de Empresas, são ofertadas 205 vagas por uma IFES e as demais 12.661 por instituições de ensino superior particulares. Em ambos os cursos, as IES [privadas] ofertam um número substancialmente maior de vagas que a IFES. Como consequência, teremos perfis sócio-demográficos diferentes entre as IES privadas e também destas em relação a IFES.

3 METODOLOGIA

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A pesquisa realizada pode ser classificada como pesquisa de campo, pois, os dados foram coletados em situação onde não havia um controle rígido e a unidade pesquisada é um sujeito. Em relação ao objetivo de pesquisa, esta se configura como uma pesquisa descritiva, pois está associada a descoberta de associações entre as diferentes variáveis, que segundo Cooper e Schindler (2003, p. 136) é um dos objetivos dos estudos descritivos. Classifica-se quanto à natureza como quantitativa, que segundo os mesmo autores, está relacionada ao emprego de recursos e técnicas estatísticas que visem quantificar os dados coletados.

Por utilizar-se de questionários, esta se configura ainda, do tipo *survey*, pois de acordo com Machado, Maia e Labegalini (2007, p. 62) a pesquisa *survey* pode ser definida como “ [...] a realização de uma pesquisa de campo, na qual a coleta de dados é efetuada através da aplicação de questionário ou formulário junto à população investigada”.

Quanto a temporalidade a pesquisa pode ser classificada como transversal, pois, foi analisado o comportamento de variáveis em grupos distintos de sujeitos em um mesmo período de tempo.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Segundo Malhotra (2004, p. 350): “a determinação do tamanho da amostra por intervalo de confiança se baseia na construção de intervalos de confiança em torno das médias ou proporções utilizando a fórmula do erro padrão”.

Para a composição do dimensionamento da amostra foi estabelecido um intervalo de confiança de 95%. A média amostral é de 5 pontos percentuais de diferença do nível real e calculada conforme segue:

Tabela 2 - Vagas ofertadas pelas IES e IFES

Curso	Vagas ofertadas por período
Ciências Contábeis	1935
Administração de Empresas	12.866
Total de vagas	14.801

Fonte: Banco de dados no Ministério da educação, 2010

O Censo da Educação de 2008 realizado pelo Instituto de Pesquisa em Educação Anísio Teixeira – INEP, relata que no estado do Paraná taxa de evasão escolar no ensino superior é 8,3% em relação ao número de alunos que ingressam nos cursos de graduação. Para efeito de cálculo da amostra, ajustamos as vagas ofertadas de modo a considerar o valor líquido como *proxy* dos alunos que concluem os cursos, conforme a Tabela 3.

Tabela 3 – Vagas ofertadas ajustada pela taxa de evasão: *proxy* alunos concluintes

Curso	Vagas ofertadas por semestre
Ciências Contábeis	1774
Administração de Empresas	11.798
Total de vagas	13.572

A amostra a ser pesquisada, é do tipo não-probabilística por conveniência, que segundo Cooper e Schindler (2003, p. 167) “a probabilidade de selecionar elementos da população é desconhecida”, e ainda, que não há como estimar a amplitude dentro da qual se esperaria encontrar o parâmetro da população.

Ainda segundo Cooper e Schindler (2003, p. 168) a amostragem não-probabilística pode ser a utilizada quando é a única alternativa viável, embora não tenha controles que garantam sua precisão, pode ser um procedimento útil.

Foram aplicados 126 questionários para o curso de Ciências Contábeis e 317 questionários para o curso de Administração de Empresas, totalizando uma amostra com 443 respondentes.

3.3 QUESTIONÁRIO E COLETA DE DADOS

O instrumento utilizado foi adaptado do originalmente elaborado por Linã (2009), validado em uma pesquisa *cross cultural* e como base teórica a *Theory of Plannes Behavior* (TPB – Teoria do Planejamento do Comportamento).

O questionário é composto por cinco blocos. Os três primeiros blocos de questões focam as atitudes comportamentais dos estudantes e objetivam coletar dados a respeito da percepção dos alunos com relação as atitudes pessoais, sobre se o ambiente cultural e social exerce influência sobre a intenção empreendedora. O foco das questões do quarto bloco é capturar a percepção dos pesquisados quanto a intenção empreendedora. O quinto bloco as questões tem o objetivo de coletar dados sobre o perfil demográfico dos entrevistados quanto à idade, renda mensal, gênero e curso de graduação.

As assertivas que compõem os quatro primeiros blocos foram formuladas com base em uma Escala de Likert de cinco pontos. Dessa forma, foi solicitado aos respondentes – graduandos em administração e ciências contábeis – que, quanto a sua percepção com relação a questão, se posicionassem em algum ponto entre [incluindo] Discordo Totalmente (1) até Concordo Totalmente (5). O último bloco foi estruturado de múltipla escolha, e os respondentes escolheram uma entre as opções listadas.

O documento original que serviu de base para elaboração da versão aplicada aos graduandos estava em língua inglesa. Foi feita a tradução por dois colaboradores, de maneira independente e posteriormente uma versão corrigida. A versão final foi aplicada aos mestrandos do PPG Mestrado em Contabilidade e colegas professores. Após as correções quanto aos termos, redação das assertivas, a versão final estava pronta para ser aplicada aos graduandos em administração e ciências contábeis.

Os questionários foram aplicados aos alunos concluintes dos cursos de graduação em Administração de Empresas e Ciências Contábeis em 2010 no mês de Novembro de 2010. Para efeito desta investigação são considerados concluintes os alunos regularmente matriculados e cursando o 7º e o 8º períodos no caso de

cursos com periodicidade semestral e do 4º ano para os cursos com periodicidade anual.

3.4 TRATAMENTO DOS DADOS

Para tratamento dos dados foi utilizado o seguinte roteiro:

- Inicialmente os dados coletados serão organizados e tabulados em planilha Excel que servirá de entrada para o uso do software SPSS.
- Na seqüência é testada a normalidade e homogeneidade de variância dos dados. Essa etapa é necessária para decidir se serão utilizadas técnicas paramétricas ou não-paramétricas. Quando os dados apresentam normalidade, isto é, possuem uma distribuição normal de probabilidade, é atendida uma condição para utilização de técnicas paramétricas, caso contrário opta-se por uma das técnicas não-paramétricas.
- Análise Fatorial Exploratória para agrupar as variáveis analisadas e avaliar os constructos teóricos que foram formulados.
- Análise de Regressão Linear usada com o objetivo de verificar a influência de cada um dos constructos sobre a Intenção Empreendedora dos respondentes.

De acordo com o roteiro estabelecido, foi efetuado o teste da normalidade dos dados, explicitados no Apêndice A. Os resultados indicaram a distribuição dos dados como não-normal e, portanto, será utilizado o teste não-paramétrico Mann-Whitney. Field (2009) argumenta que teste não-paramétricos Mann-Whitney compara duas médias amostrais com dados não pareados.

Entre os resultados da Análise Fatorial, os dados da tabela comunalidades, apresentados nas Tabelas 11, 14, 17, 20, 23, 26, 29 e 32, respectivamente, indicam que algumas variáveis devem ser excluídas da análise por não apresentarem influência significativa sobre os dados amostrais. A retirada dessas variáveis

apresentou um aumento no valor do *Alpha de Cronbach*, que foi calculado e apresentado nas Tabelas 12, 15, 18, 21, 24, 27, 30 e 33, respectivamente, e que mede a confiabilidade interna dos dados amostrais.

Na seqüência, foi efetuada a Análise de Regressão Linear para verificação da influência de cada um dos constructos sobre a Intenção Empreendedora dos respondentes dos cursos de administração de empresas e ciências contábeis. As tabelas geradas pelo SPSS, estão reproduzidas nas tabelas 35 a 38. A variável dependente utilizada foi sempre o constructo Intenção Empreendedora. As variáveis independentes foram os constructos Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas e Controle Comportamental Percebido, respectivamente blocos 1, 2 e 3 no questionário.

Continuando as análises quantitativas, foram, por meio de testes não-paramétricos, realizados testes de comparação entre as médias dos dois cursos, Administração de Empresas vs. Ciências Contábeis, para cada um dos constructos pesquisados: Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas, Controle Comportamental Percebido e Intenção Empreendedora. Os resultados gerados pelo SPSS estão explicitados nas Tabelas 39 a 46.

4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 PERFIL DEMOGRÁFICO

A pesquisa foi realizada com estudantes dos cursos de graduação em Administração de empresas e Ciências Contábeis. Segundo Linã e Chen (2009) uma amostra composta por estudantes universitários é muito comum na investigação de intenção empreendedora. Utilizar estudantes como *proxy* oferece a vantagem de homogeneidade quanto a idade e qualificações.

No instrumento utilizado para capturar percepção dos respondentes a respeito de empreendedorismo, o quinto bloco é específico para as variáveis demográficas. Por meio de questões de múltiplas escolhas, foram coletados dados quanto a idade, qual o curso de graduação, renda, gênero e natureza jurídica da instituição – se pública ou privada - que freqüentam.

Para os propósitos dessa investigação, a variável de controle utilizada foi o curso de graduação, ou seja, se aluno concluinte cursa Administração de Empresas ou Ciências Contábeis. A Tabela 4 apresenta os detalhes técnicos sobre a pesquisa empírica:

Tabela 4 – Detalhes técnicos sobre a pesquisa empírica

	Administração de Empresas	Ciências Contábeis
População	2.950 alunos matriculados nas séries finais de instituições de ensino superior, públicas e particulares	444 alunos matriculados nas séries finais de instituições de ensino superior, públicas e particulares
Amostra	317 alunos graduandos, matriculados na última série de instituições particulares de Curitiba-PR	126 graduandos matriculados na última série de instituições particulares e pública de Curitiba-PR
Erro amostral	5%	5%
Data da pesquisa	Novembro de 2010	Novembro de 2010

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 5, a maior parte dos alunos respondentes, tanto no curso de Administração de Empresas, como no de Ciências Contábeis, tem idade entre 21 e 25 anos, seguido de graduandos com idade entre 26 e 30 anos.

Tabela 5 – Idade dos respondentes

CURSOS	Idade					
	até 20	21/25	26/30	31/35	36/50	mais 40
Administração	9	184	72	27	10	15
	3%	58%	23%	9%	3%	5%
Ciências Contábeis	5	68	28	12	6	7
	4%	54%	22%	10%	5%	6%

Na Tabela 6 está relacionada a renda mensal dos graduandos pesquisados, onde a maioria dos alunos do curso de Administração de Empresas têm renda até R\$ 1.500,00, seguido de R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00, no entanto, os alunos do curso de Ciências Contábeis, têm, em sua maior parte, renda de R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00, seguido de até R\$ 1.500,00. Entre os alunos pesquisados, de forma geral, têm em sua maioria, renda mensal até R\$ 3.000,00.

Tabela 6 - Renda Mensal

CURSOS	Renda Mensal			
	até 1.500	1.501/3.000	3.001/4.500	acima 4.500
Administração	139	114	40	18
	45%	36%	13%	6%
Ciências Contábeis	42	61	12	11
	33%	48%	10%	9%

No curso de Administração de Empresas a maior parte dos graduandos é do gênero feminino, enquanto que no curso de Ciências Contábeis, a maior parte dos alunos é do Gênero masculino, tal como evidencia a Tabela 7.

Tabela 7 – Gênero dos respondentes

CURSOS	GÊNERO	
	M	F
Administração	145	170
	46%	54%
Ciências Contábeis	67	58
	53%	46%

Com relação à natureza jurídica das instituições pesquisadas, para o curso de Administração de Empresas só foi possível realizar a pesquisa em instituições particulares. Para o curso de Ciências Contábeis, a metade (50%) dos respondentes

eram alunos de instituição particular e a outra metade aluno de instituição pública, conforme Tabela 8:

Tabela 8 - Natureza da instituição

CURSO	IES	
	Pública	Privada
Ciências Contábeis	63	63
	50%	50%

4.2 ANÁLISE COMPARATIVA DAS ATITUDES EMPREENDEDORAS DOS ALUNOS DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO VERSUS CIÊNCIAS CONTÁBEIS

4.2.1 Intenção empreendedora: fatores explicativos

Inicialmente foi verificada a normalidade dos dados amostrais. As tabelas com os resultados do teste de normalidade estão apresentados no Apêndice A.

O teste foi realizado dividido por blocos de questões e todos os valores de probabilidade ficaram abaixo do nível de significância de 0,05 para os dados referentes ao curso de Administração de Empresas, o que permite interpretar que os dados coletados não têm distribuição normal. Uma vez constatada a não normalidade dos dados amostrais, os dados passaram a ser tratados de forma não-paramétrica.

A constatação da não-normalidade dos dados também se deu quando analisados os dados do curso de Ciências Contábeis, onde o valor de probabilidade ficou abaixo do nível de significância de 0,05. Uma vez constatada a não normalidade dos dados amostrais, esses dados também passaram a ser tratados de forma não-paramétrica.

Foi realizada Análise Fatorial, para destacar a consistência interna dos resultados obtidos e para exclusão de dados com consistência inferior aos demais resultados apresentados. De acordo com Lirio, Souza e Silva (2005, p. 93). O teste KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*), da Análise Fatorial, testa

se os dados estão suficientemente ligados para que se possa proceder a análise. Resultados abaixo de 0,5 indicam que a análise fatorial é insatisfatória em decorrência da correlação fraca entre as variáveis.

Ainda segundo esses autores, os valores críticos para a interpretação do teste KMO são:

- Em torno de 0,90: adequação ótima
- Em torno de 0,80: adequação boa
- Em torno de 0,70: adequação razoável
- Em torno de 0,60: adequação medíocre
- Em torno de 0,50 ou menos: adequação imprópria

Os mesmos autores afirmam ainda que o teste KMO é um teste que examina o ajuste dos dados, tomando todas as variáveis simultaneamente e provê uma informação sintética dos mesmos.

Valores da estatística KMO acima de 0,8 confirmam a validade dos dados coletados. Na realização do teste KMO dos dados levantados, foram obtidos os resultados que seguem:

Tabela 9 – Estatística KMO e Teste Bartlett - Administração de Empresas

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			,876
Bartlett's	Test	of Approx. Chi-Square	3495,049
Sphericity		df	190
		Sig.	,000

Tabela 10 - Estatística KMO e Teste Barlett - Ciências Contábeis

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			,889
Bartlett's	Test	of Approx. Chi-Square	1651,834
Sphericity		df	190
		Sig.	,000

Os resultados apresentados na estatística KMO das duas amostras, apresentados nas Tabelas 9 e 10, respectivamente, confirmam a adequação dos dados coletados ao uso da Análise Fatorial, pois, os dois resultados apresentaram valores acima de 0,8.

Um teste de confiabilidade dos dados amostrais, utilizando como referência o *Alpha de Cronbach*, também foi realizado para verificação da consistência de todos os dados obtidos na aplicação dos questionários. O teste de fidedignidade dos dados amostrais, foi realizado por blocos de perguntas e separadamente por curso de graduação e apresenta uma tabela que sugere a exclusão de alguns dados da amostra para que o coeficiente *Alpha de Cronbach*, que é um indicador que mede a fidedignidade de um instrumento de uma escala, obtenha valores mais próximos de 1.

Realizada a Análise Fatorial, no item comunalidades, apresentados na Tabela 9, a variável que tratava de ser um empreendedor implicar mais vantagens do que desvantagens para os respondentes, o valor ficou abaixo de 0,5, significando que os itens em questão representam menos da metade da explicação dos dados da amostra.

Tabela 11 - Comunalidades - Atitudes pessoais - Administração de Empresas

	Initial	Extraction
Ser empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens	1,000	,257
A carreira de empresário é atraente	1,000	,707
Se tivesse oportunidade e recursos, criaria uma empresa	1,000	,716
Grande satisfação em ser empreendedor	1,000	,745
Entre as várias opções, prefiro ser empresário	1,000	,610

Extraction Method: Principal Component Analysis.

O *Alpha de Cronbach* calculado para os dados referentes ao constructo atitudes pessoais, apresentado na Tabela 12, resultou em um valor de 0,829, representando boa fidedignidade dos dados, porém, os resultados da Tabela 13, sugerem que se o item referente a vantagens ou desvantagens em ser um empreendedor for retirada da análise, esse valor de fidedignidade passa de 0,829 para 0,863, melhorando a confiabilidade dos dados.

Tabela 12 - Fidedignidade Estatística – Atitudes Pessoais - Administração de Empresas

Cronbach's Alpha	N of Items
,829	5

Tabela 13 - Estatística Total – Atitudes Pessoais - Administração de Empresas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A carreira de empresário é atraente	16,09	11,605	,721	,771
Se tivesse oportunidade e recursos, criaria uma empresa	15,83	10,955	,714	,769
Grande satisfação em ser empreendedor	16,07	10,817	,745	,760
Entre as várias opções, prefiro ser empresário	16,52	11,263	,621	,798
Ser empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens	16,05	13,691	,361	,863

Em decorrência dos resultados apresentados na estatística da Tabela 13, os resultados referentes às atitudes pessoais foi retirada dos dados amostrais. As questões restantes desse bloco do questionário, que verificavam se a carreira de empresário seria atraente para os graduandos, se gostariam de criar uma empresa caso tivessem oportunidade e recursos, sobre a satisfação em ser um empreendedor, apresentaram valores superiores a 0,7, e a preferência em ser um empresário, entre outras opções (variável 5), apresentou acima de 0,6, significando, de acordo com Rezende *et al.* (2007, p. 100) que mais da metade da variância de cada uma dessas variáveis é reproduzida pelo fator comum.

Em relação ao segundo bloco de questões, que tratava das normas subjetivas, a Tabela 14, referente as comunalidades, mostrou que o item que apontava os parentes como as pessoas mais próximas aos respondentes que aprovariam a decisão de criar uma empresa, apresentou valor abaixo de 0,5.

Tabela 14 - Comunalidades - Normas subjetivas - Administração de Empresas

	Initial	Extraction
Parentes	1,000	,453
Amigos	1,000	,784
Colegas	1,000	,694

Extraction Method: Principal Component Analysis.

O valor que mede a fidedignidade dos dados amostrais, apresentado na Tabela 15, apresentou valor 0,708 e a Tabela 16, sugere que se o item parentes desse bloco de questões for retirado, esse valor passa de 0,708 para 0,782. Em decorrência desses resultados, a variável em questão foi retirada da amostra.

Tabela 15 - Fidedignidade Estatística - Normas subjetivas - Administração de Empresas

Cronbach's Alpha	N of Items
,708	3

Tabela 16 - Estatística Total - Normas subjetivas - Administração de Empresas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Parentes	7,69	3,290	,395	,782
Amigos	7,91	2,988	,663	,463
Colegas	8,21	2,895	,546	,592

As outras duas variáveis avaliadas, apontavam os amigos e os colegas como as pessoas próximas aos respondentes que aprovariam a decisão de criar uma empresa. Os valores obtidos por essas duas variáveis na tabela comunalidades, indicam que, de acordo com Rezende (2007, p.100), as variâncias de cada uma delas é reproduzida em mais de 60% pelos fatores comuns.

O bloco de questões que referia-se ao controle comportamental percebido, e na Tabela 17, das comunalidades, todas as variáveis testadas apresentaram valor superior a 0,5, significando, de acordo com Bezzera e Corrar (2006, p.54) que as variáveis apresentaram um poder de explicação bom. A facilidade em criar uma

empresa e mantê-la funcionando, estar preparado para iniciar um negócio viável, conhecer os detalhes práticos necessários para a criação de uma empresa e saber como desenvolver um projeto empresarial, apresentaram um alto poder de explicação (acima de 70) e sobre poder controlar o processo de criação de uma nova empresa e a alta probabilidade de sucesso na tentativa de criação de uma nova empresa, apresentou um valor razoável de poder de explicação (abaixo de 70), mais ainda acima do nível desejado de 50%.

Tabela 17 - Comunalidades - Controle comportamental percebido - Administração de Empresas

	Initial	Extraction
Facilidade em criar uma empresa	1,000	,766
Estar preparado para iniciar negócio viável	1,000	,704
Controle do processo de criação de uma nova empresa	1,000	,586
Conhecimentos dos detalhes técnicos para criação de uma empresa	1,000	,801
Conhecimento do desenvolvimento de um projeto empresarial	1,000	,798
Probabilidade de sucesso na criação de uma empresa	1,000	,549

Extraction Method: Principal Component Analysis.

O teste de confiabilidade dos dados amostrais referentes ao controle comportamental percebido, explanados na Tabela 18, apresentou valor de 0,819 e de acordo com os resultados apresentados na Tabela 19, foi observado que nenhum item retirado melhoraria o resultado do coeficiente Alpha, portanto, nenhum item do bloco em questão foi retirado da amostra.

Tabela 18 - Fidedignidade Estatística - Controle comportamental percebido - Administração de Empresas

Cronbach's Alpha	N of Items
,819	6

Tabela 19 - Estatística Total - Controle comportamental percebido - Administração de Empresas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Facilidade em criar uma empresa	17,54	14,636	,452	,819
Estar preparado para iniciar negócio viável	17,25	13,513	,632	,779
Controle do processo de criação de uma nova empresa	17,04	13,860	,628	,780
Conhecimentos dos detalhes técnicos para criação de uma empresa	16,96	13,608	,594	,788
Conhecimento do desenvolvimento de um projeto empresarial	16,86	13,776	,612	,784
Probabilidade de sucesso na criação de uma empresa	16,81	14,730	,601	,789

O quarto bloco de questões, que investigava as intenções empreendedoras dos alunos, apresentou, de acordo com a Tabela 20, no item comunalidades, o item que investigava a firme intenção dos respondentes em criar uma empresa dentro de poucos dias apresentou valor inferior a 0,5.

Tabela 20 - Comunalidades - Intenções empreendedoras - Administração de Empresas

	Initial	Extraction
Estar pronto a fazer de tudo para ser um empresário	1,000	,686
Objetivo profissional é tornar-se um empresário	1,000	,782
Todos os esforços para criar e manter a empresa	1,000	,793
Decisão de criar uma empresa no futuro	1,000	,754
Pensar seriamente em criar uma empresa	1,000	,792
Firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias	1,000	,415

Extraction Method: Principal Component Analysis.

O Alpha de Cronbach das intenções empreendedoras calculado na Tabela 21, apresentou valor de 0,912, indicando boa confiabilidade dos dados. No entanto, a Tabela 22 sugere que se o item que tratava da firme intenção de criar uma empresa dentro de poucos dias for retirada da amostra, esse valor de fidedignidade

passa de 0,912 para 0,927, melhorando ainda mais a confiabilidade da amostra. Em decorrência desses resultados, essa variável, foi retirada da análise dos dados amostrais.

Tabela 21 – Fidedignidade Estatística – Intenções empreendedoras – Administração de Empresas

Cronbach's Alpha	N of Items
,912	6

Tabela 22 - Estatística Total - Intenções empreendedoras - Administração de Empresas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Estar pronto a fazer de tudo para ser um empresário	16,13	28,639	,743	,898
Objetivo profissional é tornar-se um empresário	16,00	27,289	,817	,887
Todos os esforços para criar e manter a empresa	15,84	27,072	,825	,886
Decisão de criar uma empresa no futuro	15,73	27,260	,792	,890
Pensar seriamente em criar uma empresa	15,87	26,110	,827	,885
Firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias	17,23	29,713	,541	,927

De acordo com Moraes e Abiko (2006, p. 1235) “as comunalidades são quantidades das variâncias (correlações) de cada variável explicada pelos fatores. Quanto maior a comunalidade, maior será o poder de explicação daquela variável pelo fator”. As questões restantes, que investigavam acerca de considerar-se pronto a fazer de tudo para ser um empresário, apresentou um grau razoável de explicação das variâncias e sobre o objetivo profissional dos respondentes ser tornar-se um empresário, fazer todos os esforços para criar e manter sua própria empresa, sobre a decisão de criar uma empresa e em ter pensado muito seriamente em criar uma empresa, apresentaram altos valores de explicação das variâncias (acima de 0,70).

Todos os testes de confiabilidade e consistência realizados para os dados referentes aos respondentes do curso de Administração de Empresa, também foram

realizados com os dados amostrais referentes aos respondentes do curso de Ciências Contábeis.

Em relação às questões sobre atitudes pessoais, a Tabela 23, das comunalidades, apresentou valor menor do que 0,5 para o item que referia-se ao fato de ser um empreendedor implicar mais vantagens do que desvantagens para os respondentes.

Tabela 23 - Comunalidades - Atitudes pessoais - Ciências Contábeis

	Initial	Extraction
Ser empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens	1,000	,280
A carreira de empresário é atraente	1,000	,678
Se tivesse oportunidade e recursos, criaria uma empresa	1,000	,774
Grande satisfação em ser empreendedor	1,000	,731
Entre as várias opções, prefiro ser empresário	1,000	,770

Extraction Method: Principal Component Analysis.

A fidedignidade estatística, apresentada na Tabela 24, apresentou valor de 0,860, contudo, na Tabela 25, os resultados obtidos sugerem que se a variável que questionava acerca de vantagens e desvantagens em ser empreendedor for retirada dos dados amostrais, o *Alpha de Cronbach* passa de 0,860 para 0,892, aumentando a confiabilidade dos dados. Em concordância com os resultados, essa variável foi retirada da análise dos dados amostrais.

Tabela 24 - Fidedignidade Estatística - Atitudes pessoais - Ciências Contábeis

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	5

Tabela 25 - Estatística Total - Atitudes pessoais - Ciências Contábeis

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ser empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens	15,30	16,146	,396	,892
A carreira de empresário é atraente	15,39	13,150	,702	,824
Se tivesse oportunidade e recursos, criaria uma empresa	15,23	12,766	,772	,805
Grande satisfação em ser empreendedor	15,37	13,016	,746	,812
Entre as várias opções, prefiro ser empresário	15,84	12,331	,776	,803

As questões que tratavam das normas subjetivas, na Tabela 26, das comunalidades, apresentou, em seu item que tratava da questão acerca dos parentes aprovarem a decisão dos respondentes em criar uma empresa, apresentou valor abaixo de 0,5.

Tabela 26 - Comunalidades – Normas Subjetivas – Pessoas próximas que apoiariam de decisão de criar uma empresa - Ciências Contábeis

	Initial	Extraction
Parentes	1,000	,418
Amigos	1,000	,677
Colegas	1,000	,684

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Com relação à fidedignidade dos dados amostrais, esse bloco de questões foi o que apresentou menor valor: 0,633, conforme apresentado na Tabela 27. A Tabela 28, sugere que o item que sugere que os parentes seriam as pessoas próximas que apoiariam a decisão de criar uma empresa, seja retirada para que o *Alpha de Cronbach* passe de 0,633 para 0,684, passando, segundo tabela de referência apresentada anteriormente, de adequação medíocre para aproximar-se da adequação razoável, contribuindo assim, para a melhoria da confiabilidade dos dados amostrais. Face ao exposto, essa variável foi retirada da análise dos dados amostrais.

Tabela 27 - Fidedignidade Estatística – Normas Subjetivas - Ciências Contábeis

Cronbach's Alpha	N of Items
,633	3

Tabela 28 - Estatística Total – Normas Subjetivas - Ciências Contábeis

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Parentes	7,95	3,014	,348	,684
Amigos	7,69	3,397	,516	,472
Colegas	8,21	2,665	,502	,446

O terceiro bloco de questões, que investigava o controle comportamental percebido, apresentou, na questão que investigava sobre a facilidade percebida pelos respondentes em criar uma empresa e mantê-la funcionando, valor menor do que 0,5, conforme explicitado na Tabela 29.

Tabela 29 - Comunalidades – Controle comportamental percebido - Ciências Contábeis

	Initial	Extraction
Facilidade em criar uma empresa e mantê-la funcionando	1,000	,454
Estar preparado para iniciar negócio viável	1,000	,720
Controle do processo de criação de uma nova empresa	1,000	,721
Conhecimentos dos detalhes técnicos para criação de uma empresa	1,000	,575
Conhecimento do desenvolvimento de um projeto empresarial	1,000	,657
Probabilidade de sucesso na criação de uma empresa	1,000	,641

Extraction Method: Principal Component Analysis.

O *Alpha de Cronbach* das questões acerca do Controle comportamental percebido, apresentou valor de fidedignidade 0,879, conforme Tabela 30. No resultado do teste de confiabilidade desse bloco, apresentado na Tabela 31, a retirada dessa variável aumentaria em um centésimo o valor do referido valor. Como para o curso de Administração de Empresas não foram constatados aumentos na

confiabilidade na retirada de nenhum item, e para o curso de Ciências Contábeis a diferença apresentada é muito pequena, não será retirada nenhuma variável nesse bloco de questões.

Tabela 30 - Fidedignidade Estatística - Controle comportamental percebido - Ciências Contábeis

Cronbach's Alpha	N of Items
,879	6

Tabela 31 - Estatística Total - Controle comportamental percebido - Ciências Contábeis

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Facilidade em criar uma empresa	15,26	20,294	,553	,880
Estar preparado para iniciar negócio viável	15,37	18,268	,761	,846
Controle do processo de criação de uma nova empresa	15,12	18,522	,760	,846
Conhecimentos dos detalhes técnicos para criação de uma empresa	15,24	18,943	,645	,866
Conhecimento do desenvolvimento de um projeto empresarial	15,30	18,742	,712	,854
Probabilidade de sucesso na criação de uma empresa	15,02	19,620	,700	,857

O quarto bloco de questões do instrumento de pesquisa, que investigava a intenção empreendedora dos graduandos, apresentou, conforme a Tabela 32, valor menor do que 0,5 na questão que tratava da firme intenção dos respondentes em criar uma empresa dentro de poucos dias.

Tabela 32 - Comunalidades - Intenções empreendedoras - Ciências Contábeis

	Initial	Extraction
Estar pronto a fazer de tudo para ser um empresário	1,000	,776
Objetivo profissional é tornar-se um empresário	1,000	,866
Todos os esforços para criar e manter a empresa	1,000	,844
Decisão de criar uma empresa no futuro	1,000	,850
Pensar seriamente em criar uma empresa	1,000	,793
Firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias	1,000	,428

Extraction Method: Principal Component Analysis.

O *Alpha de Cronbach* do bloco de questões que investigava as Intenções Empreendedoras, conforme explicitado na Tabela 33, apresentou valor de 0,935, contudo, os valores relatados na Tabela 34 sugerem que, se a questão que investigava a firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias, for retirada da amostra, o valor de confiabilidade passa de 0,935 para 0,951. Em face disto, essa variável foi retirada da análise.

Tabela 33 - Fidedignidade Estatística - Intenções empreendedoras - Ciências Contábeis

Cronbach's Alpha	N of Items
,935	6

Tabela 34 - Estatística Total - Intenções empreendedoras - Ciências Contábeis

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Estar pronto a fazer de tudo para ser um empresário	14,38	30,721	,820	,921
Objetivo profissional é tornar-se um empresário	14,36	29,017	,888	,912
Todos os esforços para criar e manter a empresa	14,13	30,166	,871	,915
Decisão de criar uma empresa no futuro	14,07	29,812	,875	,914
Pensar seriamente em criar uma empresa	14,09	30,133	,836	,919
Firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias	15,33	34,390	,561	,951

Após a análise dos resultados de confiabilidade, as variáveis que apresentavam menor confiabilidade foram retiradas da amostra e em seguida realizou-se a análise de Regressão Linear com os dados da amostra para verificar o quanto cada tipo de atitude (Atitudes Pessoais, Normas Subjetivas e Controle Comportamental Percebido) contribuem para explicar a Intenção Empreendedora dos respondentes. Os testes de análise de Regressão Linear foram realizados separadamente entre os cursos de Administração e de Ciências Contábeis.

O primeiro teste foi realizado entre as Atitudes Pessoais (variável independente) e a Intenção Empreendedora (variável dependente), e o resultado obtido está apresentado nas Tabelas 35 e 36 :

Tabela 35 - Atitudes Pessoais versus Intenção Empreendedora - Administração de Empresas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,687 ^a	,472	,208	,16000

a. Predictors: (Constant), MediasBloco1

De acordo com Field (2009, p.165), o resultado de R representa a correlação simples entre as Atitudes Pessoais e a Intenção Empreendedora. O valor R^2 , nesse caso, 0,472, informa que as variações nas Atitudes Pessoais podem explicar até 47,2% das variações das Intenções Empreendedoras dos respondentes.

Tabela 36 - Atitudes Pessoais versus Intenção Empreendedora - Ciências Contábeis

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,781 ^a	,609	,414	,13114

a. Predictors: (Constant), MediasBloco1

Para o curso de Ciências Contábeis, a correlação (R) apresentou valor de 0,781 e o R^2 0,609, significando que até 60,9% das variações das Intenções Empreendedoras são explicadas pelas Atitudes Pessoais.

Em relação ao bloco 03 de questões aplicadas, o Controle Comportamental Percebido (variável independente), os resultados estão apresentados nas Tabelas 37 e 38, respectivamente:

Tabela 37 - Controle Comportamental Percebido versus Intenção Empreendedora - Administração de Empresas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,886 ^a	,786	,714	,08430

a. Predictors: (Constant), MediasBloco3

Tabela 38 - Controle Comportamental Percebido versus Intenção Empreendedora - Ciências Contábeis

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,496 ^a	,246	-,006	,16080

a. Predictors: (Constant), MediasBloco3

O resultado 0,786, significa que até 78,6% das variações nas Intenções Empreendedoras dos respondentes do curso de Administração são explicadas pelas variações do Controle Comportamental Percebido, enquanto que, no curso de Ciências Contábeis, essa explicação responde somente em até 24,6%.

4.2.2 Análise comparativa das atitudes empreendedoras dos alunos: Administração vs. Ciências Contábeis

Para comparação das médias, foi utilizado o teste de hipóteses Mann-Whitney, que é utilizado para comparar duas médias amostrais de dados não pareados, em testes não paramétricos. As médias foram testadas por blocos, separadamente e comparando os dois cursos pesquisados. Para a separação dos cursos em dois blocos, o curso de Administração foi nomeado como grupo 01 e o curso de Ciências Contábeis como o grupo 02.

A hipótese a ser rejeitada aqui é de que não existem diferenças estatisticamente significativas entre as médias amostrais. Se o valor de probabilidade for menor do que o nível de significância de 0,05, rejeita-se essa hipótese e admite-se que existem diferenças estatisticamente significativas entre as médias dos dois cursos.

O primeiro bloco a ser analisado foi o bloco de Atitudes Pessoais e os resultados são apresentados nas Tabelas 39 e 40:

Tabela 39 - Médias - Atitudes Pessoais

	Curso	N	Mean Rank	Sum of Ranks
A carreira de empresário é atraente	1,00	313	222,45	69626,00
	2,00	124	210,30	26077,00
	Total	437		
Se tivesse oportunidade e recursos, criaria uma empresa	1,00	315	231,26	72845,50
	2,00	125	193,40	24174,50
	Total	440		
Grande satisfação em ser empreendedor	1,00	314	225,56	70825,00
	2,00	125	206,04	25755,00
	Total	439		
Entre as várias opções, prefiro ser empresário	1,00	314	225,16	70699,00
	2,00	125	207,05	25881,00
	Total	439		

Tabela 40 - Comparação das Médias - Atitudes Pessoais

	A carreira de empresário é atraente	Se tivesse oportunidade e recursos, criaria uma empresa	Grande satisfação em ser empreendedor	Entre as várias opções, prefiro ser empresário
Mann-Whitney U	18327,000	16299,500	17880,000	18006,000
Wilcoxon W	26077,000	24174,500	25755,000	25881,000
Z	-,965	-3,171	-1,547	-1,397
Asymp. Sig. (2-tailed)	,335	,002	,122	,162

a. Grouping Variable: Curso

Entre as médias dos cursos em cada uma das variáveis testadas do bloco de questões que tratava das atitudes pessoais, não existem diferenças significativas para as variáveis 2, 4 e 5. Esse resultado pode ser observado na significância, que nas variáveis citadas apresentou-se maior do que 0,05. No entanto, na variável 3, que trata da oportunidade e recursos em relação à criação de uma nova empresa, existe diferença entre as médias e o valor de probabilidade ficou abaixo da significância de 0,05.

O segundo bloco a ser testado foi aquele que tratava das normas subjetivas. Os resultados estão apresentados nas Tabelas 41 e 42:

Tabela 41 - Médias - Normas Subjetivas

	Curso	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Amigos	1,00	313	209,49	65569,00
	2,00	121	238,23	28826,00
	Total	434		
Colegas	1,00	309	214,64	66324,00
	2,00	121	217,69	26341,00
	Total	430		

Tabela 42 - Comparação das Médias - Normas Subjetivas

	Amigos	Colegas
Mann-Whitney U	16428,000	18429,000
Wilcoxon W	65569,000	66324,000
Z	-2,272	-,239
Asymp. Sig. (2-tailed)	,023	,811

a. Grouping Variable: Curso

Em relação às Normas Subjetivas, em todas as variáveis pode ser verificado que não há diferenças significativas entre as médias dos dois cursos. O valor de probabilidade das duas variáveis ficou acima do nível de significância de 0,05. Esse teste fazia comparação entre as normas subjetivas, que de acordo com Ajzen (1991), dizem respeito à influência do ambiente social no comportamento do indivíduo, ou seja, representa a pressão social para adotar um determinado comportamento, traduzida pela percepção do indivíduo sobre qual o comportamento que os outros, cuja opinião ele valoriza, esperam que ele tenha. O item 01 que fazia relação com a aprovação dos parentes foi retirada da análise pois, quando realizada a análise fatorial, essa variável apresentou nível de influência muito pequeno sobre as outras condicionantes da amostra. Quando comparadas as médias dos dois cursos, observou-se que não houve diferenças significativas entre elas, afirmando que, tanto para os estudantes em Administração, quanto para os estudantes em Ciências Contábeis, evidencia-se muito importante a opinião dos amigos e dos colegas acerca das decisões empreendedoras a serem tomadas pelos respondentes.

Em seguida, o teste de comparação de médias foi realizado com os dados apresentados no terceiro bloco de questões, conforme apresentados nas Tabelas 43 e 44:

Tabela 43 - Médias - Controle Comportamental Percebido

	Curso	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Facilidade em criar uma empresa	1,00	314	218,76	68691,50
	2,00	125	223,11	27888,50
	Total	439		
Estar preparado para iniciar negócio viável	1,00	313	230,14	72033,50
	2,00	124	190,88	23669,50
	Total	437		
Controle do processo de criação de uma nova empresa	1,00	313	229,13	71717,00
	2,00	124	193,44	23986,00
	Total	437		
Conhecimentos dos detalhes técnicos para criação de uma empresa	1,00	312	234,53	73173,00
	2,00	124	178,17	22093,00
	Total	436		
Conhecimento do desenvolvimento de um projeto empresarial	1,00	312	238,49	74410,00
	2,00	123	166,02	20420,00
	Total	435		
Probabilidade de sucesso na criação de uma empresa	1,00	314	235,30	73885,00
	2,00	124	179,48	22256,00
	Total	438		

Tabela 44 - Comparação de Médias - Controle Comportamental Percebido

	Facilidade em criar uma empresa	Estar preparado para iniciar negócio viável	Controle do processo de criação de uma nova empresa	Conhecimentos dos detalhes técnicos para criação de uma empresa	Conhecimento do desenvolvimento de um projeto empresarial	Probabilidade de sucesso na criação de uma empresa
Mann-Whitney U	19236,500	15919,500	16236,000	14343,000	12794,000	14506,000
Wilcoxon W	68691,500	23669,500	23986,000	22093,000	20420,000	22256,000
Z	-,337	-3,045	-2,802	-4,400	-5,678	-4,413
Asymp. Sig. (2-tailed)	,736	,002	,005	,000	,000	,000

a. Grouping Variable: Curso

Diferenças significativas entre os dois cursos puderam ser observadas no bloco 03 das questões do instrumento utilizado. Apenas a Variável 01, que tratava da facilidade em criar uma empresa e mantê-la funcionando, é que não apresentou diferenças significativas e nível de valor de probabilidade maior do que 0,05. Todas as outras variáveis relativas a esse bloco, apresentaram diferenças entre as médias e valores de probabilidade menores do que 0,05.

Como o controle comportamental percebido diz respeito à facilidade ou à dificuldade de um indivíduo realizar alguma ação ou algum comportamento particular (AJZEN, 1988), percebe-se aqui uma característica importante que diferencia a intenção empreendedora dos alunos do curso de Administração dos alunos do curso de Ciências Contábeis.

O último bloco de questões a ser testado, dizia respeito, especificamente às Intenções Empreendedoras dos respondentes, e os resultados estão apresentados nas Tabelas 45 e 46:

Tabela 45 - Médias - Intenção Empreendedora

	Curso	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Estar pronto a fazer de tudo para ser um empresário	1,00	312	228,59	71321,00
	2,00	124	193,10	23945,00
	Total	436		
Objetivo profissional é tornar-se um empresário	1,00	315	231,51	72926,00
	2,00	123	188,74	23215,00
	Total	438		
Todos os esforços para criar e manter a empresa	1,00	313	229,93	71967,50
	2,00	123	189,42	23298,50
	Total	436		
Decisão de criar uma empresa no futuro	1,00	314	230,82	72476,00
	2,00	123	188,84	23227,00
	Total	437		
Pensar seriamente em criar uma empresa	1,00	312	227,15	70870,00
	2,00	123	194,80	23960,00
	Total	435		

Tabela 46 - Comparação de Médias - Intenção Empreendedora

	Estar pronto a fazer de tudo para ser um empresário	Objetivo profissional é tornar-se um empresário	Todos os esforços para criar e manter a empresa	Decisão de criar uma empresa no futuro	Pensar seriamente em criar uma empresa
Mann-Whitney U	16195,000	15589,000	15672,500	15601,000	16334,000
Wilcoxon W	23945,000	23215,000	23298,500	23227,000	23960,000
Z	-2,736	-3,260	-3,112	-3,223	-2,482
Asymp. Sig. (2-tailed)	,006	,001	,002	,001	,013

a. Grouping Variable: Curso

Analisando o valor de probabilidade, em todas as variáveis o resultado apresentou-se menor do que 0,05 e as médias relativas a cada variável

apresentaram diferenças significativas entre a intenção empreendedora dos graduandos em Administração e em Ciências Contábeis. Esses resultados significam que a Intenção Empreendedora, objeto de estudo desse trabalho, realmente apresenta diferença entre os resultados das pesquisas nos dois cursos.

Os resultados obtidos na pesquisa indicam que, apesar dos dois cursos investigados estarem voltados essencialmente à gestão empresarial, a estruturação curricular, e a maneira como esses currículos vêm sendo trabalhados em sala de aula, a intenção empreendedora dos graduandos em Administração de Empresas e em Ciências Contábeis que estão encerrando o curso, apresentou-se estatisticamente bem diferente, o que pode indicar que o enfoque empresarial que têm sido adotado em cada um deles, é completamente diferente do outro.

4.3 INTENÇÃO EMPREENDEDORA DOS ALUNOS DE ADMINISTRAÇÃO VERSUS CIÊNCIAS CONTÁBEIS – REFLEXÃO

Após a estimativa da Análise de Regressão Linear e da comparação das médias os resultados obtidos foram analisados e observou-se que, com relação às questões que analisavam as atitudes pessoais dos respondentes, percebeu-se que essas explicam em até 47,2% das variações das Intenções Empreendedoras dos graduandos em Administração, mas essa explicação apresentou um valor maior, de 60,9% entre os estudantes de Ciências Contábeis.

Segundo Ajzen (1991), a atitude ou crença perante um comportamento corresponderá à avaliação favorável ou desfavorável que o indivíduo faz desse comportamento. Em relação às médias, observou-se que houve diferença significativa no item que tratava da oportunidade e recursos em relação à criação de uma nova empresa, para os demais itens abordados, não houve diferença significativa entre as médias dos dois cursos.

Em relação às Normas Subjetivas, quando comparadas as médias dos dois cursos, observou-se que não houve diferenças significativas entre elas, afirmando que, tanto para os estudantes em Administração, quanto para os estudantes em

Ciências Contábeis, evidencia-se muito importante a opinião dos amigos e dos colegas acerca das decisões empreendedoras a serem tomadas pelos respondentes. O estudo de Linñan e Chen (2009), apresenta essa variável de comportamento como o primeiro filtro às intenções empreendedoras dos estudantes.

O controle comportamental percebido foi o tema central do quarto bloco de questões. Para Ajzen (1991), esse comportamento representa a percepção do indivíduo sobre facilidade ou dificuldade do respondente em realizar determinada tarefa, condicionando assim, a sua intenção. Os resultados apresentaram percentuais bem diferentes entre os dois cursos. Enquanto o controle comportamental percebido é responsável pela explicação de até 78,6% das variações da Intenção Empreendedora dos respondentes do curso de Administração de Empresas, no curso de Ciências Contábeis, essa explicação é responsável apenas por 24,6% das intenções.

Quando comparadas as médias das duas amostras, essas diferenças ficaram mais evidentes, pois os resultados apresentaram, em todas as variáveis, níveis de significância abaixo de 0,05, o que significa que as médias dos cursos apresentaram diferenças significativas, o que nos permite afirmar diferença de comportamento entre os respondentes das duas áreas. Na pesquisa realizada entre os estudantes da Espanha e Taiwan, realizada por Linñan e Chen (2009), o controle comportamental percebido é fator dependente das normas subjetivas.

Quanto às Intenções Empreendedoras dos respondentes, foco deste trabalho de pesquisa. Para análise desse bloco foi excluída a variável 6, que tratava da firme intenção dos respondentes em criar uma empresa dentro de poucos dias, pelo fato dessa variável não ter apresentada influência significativa entre os dados da amostra. Entre os dados analisados, foram encontradas diferenças significativas entre as médias dos estudantes de Administração e de Ciências Contábeis.

Após o levantamento dos resultados, observou-se que as intenções empreendedoras dos estudantes são fortemente influenciadas pela opinião dos amigos e dos colegas sobre o que esses esperam do seu comportamento. Observou-se, ainda, diferenças significativas nas questões que versavam sobre o controle comportamental percebido, que analisa a influência da percepção dos indivíduos sobre a facilidade ou dificuldade em realizar determinada tarefa, ou seja, a visão que os respondentes têm sobre a execução de determinada tarefa ser

considerada fácil ou difícil de ser realizada. Essa visão sobre a facilidade ou dificuldade da realização pode ter influenciado a diferença encontrada entre as médias das intenções empreendedoras dos estudantes.

Na realização da análise fatorial foi possível observar que os resultados obtidos no item que se referia a estar preparado para iniciar um novo negócio e sobre poder controlar o processo de criação de uma nova empresa foram os itens que obtiveram maior fator explicativo das variáveis para os respondentes do curso de Administração de Empresas, enquanto que, para os alunos do curso de Ciências Contábeis, os maiores fatores explicativos foram as questões que indagavam acerca do conhecimento dos graduandos no desenvolvimento de um projeto empresarial e a confiança dos alunos na probabilidade de sucesso alta, se estes tentassem criar uma nova empresa.

5. CONCLUSÃO, LIMITAÇÕES E RECOMENDAÇÕES

Empreender pode significar, entre outros, a não dependência de oportunidades de empregos para a boa sucessão na carreira dos alunos que, concluem um curso de graduação, em especial em Administração de Empresas e em Ciências Contábeis.

Criar uma nova empresa também pode significar uma alavancagem no processo de crescimento da localidade onde atuarem esses empreendedores, pois além de não ficarem dependentes das oportunidades de emprego que, conforme descrito neste trabalho, não cresceram suficientemente para atender à demanda dos alunos que se formam nas instituições, passam a ser geradores de emprego.

Os resultados encontrados nesta pesquisa, indicam que algumas modificações podem ser necessárias, primeiro, na reestruturação curricular dos cursos de Administração e Ciências Contábeis, inserindo-se disciplinas que contemplem o desenvolvimento da intenção empreendedora dos estudantes.

Em segundo lugar, nas instituições onde o currículo contempla disciplinas referentes ao empreendedorismo dos graduandos, talvez se faça necessário intensificar ou alterar a maneira como essas disciplinas vêm sendo trabalhadas, a fim de desenvolver de modo mais intensivo a intenção empreendedoras dos alunos.

Desenvolver a intenção empreendedora dos alunos pode contribuir para a independência de oportunidades geradas pelo mercado de trabalho e contribuir para a alavancagem da economia, uma vez que esses profissionais passam a ser geradores de emprego.

Ao analisar as atitudes comportamentais dos respondentes, observou-se que em alguns aspectos, o comportamento resultante dos dados obtidos na pesquisa é similar. As atitudes pessoais, descritas por Ajzen (1991) como a avaliação do indivíduo diante de um comportamento e as normas subjetivas, que representam a influência do ambiente social no comportamento, apresentaram resultados estatísticos semelhantes, indicando assim, que com referência a esses comportamentos os alunos pesquisados dos cursos de Administração de Empresas e de Ciências Contábeis, têm comportamento similares.

Em relação ao controle comportamental percebido, que segundo Ajzen (1991), a opinião do respondente sobre a facilidade ou dificuldade em realizar uma tarefa é fundamental para a definição da efetiva intenção, apresentou resultados estatísticos muito diferentes, significando que entre os alunos pesquisados, essa característica apresenta-se de maneira diferente nos dois cursos.

Os alunos respondentes do curso de Administração de Empresas, forneceram maior relevância nos resultados estatísticos, no que se referia ao que se consideram preparados para iniciar um negócio viável e ao poder de controle do processo de criação de uma nova empresa, já os graduandos em Ciências Contábeis, destacaram, em suas respostas, o conhecimento necessário para o desenvolvimento de um projeto empresarial e em acreditarem ter alta probabilidade de sucesso se tentassem criar uma empresa.

Em relação ao objeto de pesquisa “intenção empreendedora”, os resultados revelaram que os estudantes do curso de Administração têm intenções empreendedoras diferentes dos alunos do curso de Ciências Contábeis, e indicam que, mesmo sendo os dois cursos, voltados ao gerenciamento de empresas e aparentemente com finalidades semelhantes, em relação ao aspecto empreendedor, esses graduandos apresentam características estatisticamente diferenciadas, o que pode significar que as características empresariais estimuladas nesses alunos são muito diferentes quando se compara os dois cursos pesquisados.

Aspectos voltados para a estruturação curricular dos cursos e para a maneira como o currículo vêm sendo abordado em sala de aula, podem ser as causas determinantes para as diferenças encontradas, uma vez que a gestão empresarial é uma das principais características dos cursos de Administração de Empresas e do curso de Ciências Contábeis.

Com base nos estudos de Linã e Chen (2009) o impacto sobre a atividade empreendedora está diretamente relacionada com o ensino do empreendedorismo para os cursos estudados, uma vez que a característica principal destes cursos deve ser o gerenciamento de empresas. A intenção empreendedora também deve ser incentivada entre os alunos desses cursos, afim de que se estabeleça uma cultura empreendedora entre os estudantes.

Não houve a intenção de comparar a intensidade da intenção empreendedora dos alunos dos dois cursos, nem compará-los de maneira a sobressaltar um deles em decorrência do outro, mas sim, se haviam diferenças significativas entre as intenções dos estudantes desses dois cursos e, portanto, os resultados encontrados mostram que há diferença entre eles.

As limitações apresentadas por essa pesquisa se deram devido à dificuldade que ainda se encontra em ter acesso às instituições para realizar pesquisas acadêmicas. É necessário contar com a colaboração de coordenadores de cursos e com professores para que os questionários possam ser aplicados.

Algumas limitações acerca dos resultados encontrados ocorreram devido ao fato da pesquisa ter utilizado uma amostragem não-probabilística, onde os respondentes foram escolhidos por conveniência. Foram entrevistados alunos de instituições que permitiram o acesso às salas de aula para a aplicação dos questionários, portanto, não é possível fazer inferência a toda população, uma vez que os respondentes não foram escolhidos de forma aleatória. As conclusões que resultaram deste trabalho dizem respeito aos alunos respondentes.

Os resultados dessa pesquisa apresentam diferenças significativas entre intenções de comportamento empreendedor entre dois cursos correlatos, e podem servir de base para novas pesquisas que venham investigar a proporção da diferença entre essa intenção e sugerir alterações curriculares para que os cursos possam vir a formar mais empreendedores e contribuir mais significativamente para o crescimento da economia da região onde residem ou pretendem atuar profissionalmente.

REFERÊNCIAS

- AJZEN, I; FISHBEIN, M. Attitudes and the attitude-behavior relation: Reasoned and automatic processes. In W.Stroebe & M. Hewstone (eds.) **European Review of Social Psychology**, p.133. New York, 2000.
- AJZEN, I. The Theory of Planned Behavior. **Organizational Behavior and Human Decision Processes** 50, 179-211. University of Massachusetts at Amherst, 1991
- ALMEIDA, L.B. **Estudo de um modelo conceitual de decisão, aplicado a eventos econômicos, sob a ótica da gestão econômica**. Dissertação (Mestrado EM Controladoria e Contabilidade), FEA/USP, São Paulo,1996
- ALMEIDA, F.J.R.; SOBRAL, J.B.A. Os condicionantes psicológicos e estruturais da informatização organizacional: um estudo sobre empresas portuguesas utilizando o modelo de equações estruturais. **EnANPAD**, 2005.
- ARAÚJO, M.H., LAGO, R.M., OLIVEIRA, L.C.A., CABRAL, P.R.M., CHENG, L.C., FILION, L.J. O estímulo ao empreendedorismo nos cursos de química: formando químicos empreendedores. **Química Nova**.v. 28, suplemento, PP. 18-25, 2005.
- AUDRETSCH, D.B. *et al.* Does self-employment reduce unemployment? Jena: Max Planck Institute of Economics, 2005 **Papers on Entrepreneurship Growth and Public Policy** - Texto para discussão.
- BARROS, A.A., PEREIRA, C.M.M.A. Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, V. 12, n. 4, out-dez/2008
- BEZZERA, F.A., CORRAR, L. J. Utilização da análise fatorial na identificação dos principais indicadores para avaliação do desempenho financeiro: uma aplicação nas empresas de seguros. **Revista Contabilidade e Finanças – USP**, São Paulo, n.42, p.50-62, set-dez/2006
- BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. Demografia das Firms Brasileiras, 2003. Disponível em <http://www.bndes.gov.br> Acesso em agosto-2010
- COOPER, D.R; SCHINDLER, P.S; **Métodos de Pesquisa em Administração**. Ed. Bookman. Porto Alegre, 2003.
- COSTA, F.J. Fatores de influência no interesse empreendedor: uma análise junto a estudantes da área de gestão. **Textos para discussão** / Universidade Estadual do Ceará. Ed.: UECE/CMAAd. Fortaleza: 2008
- DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. Editora de Cultura. São Paulo: 2006
- DORNELAS, J.C.A. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- DRUCKER, P.F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. São Paulo: 1986
- DRUCKER, P.F. **Introdução à administração**. 3.ed. São Paulo: Pioneira, 1998.
- EMPREENDEADORISMO NO BRASIL – RELATÓRIO EXECUTIVO, 2009. Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade e Global Entrepreneurship Monitor. 2009.

FERREIRA, P.G.G., MATTOS, P.L.C.L. Empreendedorismo e práticas didáticas nos cursos de graduação em Administração: os estudantes levantam o problema. ECE-265. **Anais... XXVII Encontro da ANPAD**. Atibaia-SP: ANPAD, 2003.

FIELD, A. **Descobrendo a estatística usando o SPSS**. Ed. Artmed. Porto Alegre, 2009.

FILION, L.J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, Jul-Set, 1991, v.31, n.3, p.63-71.

FONTENELE, R.E.S., Empreendedorismo, competitividade e crescimento econômico: evidências empíricas. **Revista de Administração Contemporânea**. V.14. n. 6, art. 6, Nov-dez/2010

HAIR JR, J.F., BABIN, B., MONEY, A.H., SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Ed. Bookman, Porto Alegre, 2003.

GUALDRÓN, S.T.M; GRACIA, A.G.; DOBÓN, S.R. The entrepreneurial motivation in academia: a multidimensional construct. **Springer Science + Business Media**, LLC 2009

GERBER, M.E. **O mito do empreendedor**. 1.ed. São Paulo: Saraiva, 1996.

HENRIQUE, D. C.; CUNHA, S. K. Metodologias, recursos e práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. In: **EnANPAD**, 30. Anais Salvador: 2006.

HENRY, C., HILL, F. LEITCH, C. Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. **Education + Training**, v. 47, n. 2, pp. 98-111, 2005

HISRIC, R.D. Entrepreneurship: past, present and future. **Journal of Small Business Management**. V. 26, n.4, pp. 1-4, 1998.

KATZ, J. BOAL, K. Entrepreneurship journal rankings. 2006. Disponível em: www.marketingtechie.com/articles/mtart20020307.pdf. Acesso em: 12/01/2011

LEVINE, David M.; STEPHAN, D.; KREHBIEL, Timothy C.; BERENSON, Mark L.; **Estatística – Teoria e Aplicações Usando o Microsoft® Excel em Português**. 3ª Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

LEZANA, A. G. R., TONELLI, A.. O comportamento do empreendedor. In: DE MORI, F. (Org.). **Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio**. Florianópolis: ENE, 2004.

LIÑÁN, F., CHEN, Y-W. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. **Entrepreneurship Theory and Practice**, May, 2009, Baylor University.

LIRIO, G.S.W.; SOUZA, A.M.; SILVA, W.V Avaliação da Qualidade dos Serviços Prestados pela RBS-TV aos clientes da Região Noroeste do Rio Grande do Sul: Aplicação da Técnica de Análise Fatorial. **Revista ANGRAD** – v.6, n.4, out-nov-dez/2005

LOPES JR, G.S.; SOUZA, E.C.L. Atitude empreendedora em proprietários gerentes de pequenas empresas. Construção de um Instrumento de Medida. Universidade de Brasília. **READ** – Edição 48 Vol. 11 No. 6, nov-dez 2005

MACHADO, J.P., GRECO, S., BASTOS JR, P.A. **Empreendedorismo no Brasil: 2008**. Curitiba: **ABPQ**, 2009

MACHADO, L.M., MAIA, G.Z.A., LABEGALINI, A.C.F.B. (orgs.) **Pesquisa em Educação: passo a passo**. Marília/SP: M3T Tecnologia e Educação, 2007.

MALHOTRA, N.K. **Pesquisa de Marketing, uma orientação aplicada**. 4ª Ed. Ed. Bookman. Porto Alegre, 2004

MARTENS, C. D. P.; FREITAS, H.; ANDRES, R.; COSTA, R. S. Pesquisa Survey: um estudo sobre a Tecnologia de Informação (TI) em pequenas empresas industriais do Vale do Taquari/RS. *Revista Quanti & Quali*. 2010. Disponível em <http://www.quantiquali.com.br/revista/index.php?do=04>. Acesso em Março de 2011.

MORAES, O.B., ABIKO, A.K., **Utilização da análise fatorial para a identificação de estruturas de interdependência de variáveis em estudos de avaliação pós-ocupação**. XI Encontro Nacional de Tecnologia no Ambiente Construído, Florianópolis, 2006

RAMOS, G.M.P **O artesão e o empreendedorismo: um estudo bibliométrico da produção acadêmica em eventos EnANPAD de 1999 a 2008**. Dissertação (Mestrado em Administração) Faculdade Novos Horizontes, Belo Horizonte: 2009

REYNOLDS, P. *et al.* Global entrepreneurship monitor: data collection design and implementation 1998–2003. ***Small Business Economics***, v. 24, n. 3, p. 205-231, 2005.

REZENDE, M.L., FERNANDES, L.P.S., SILVA, M.R. Utilização de análise fatorial para determinar o potencial de crescimento econômico em uma região do Sudeste do Brasil. **Revista Economia e Desenvolvimento**. Santa Maria/RS, n. 19, 2007

RODRIGUES, A. **Psicologia Social**. 2 ed., Ed. Vozes. Petrópolis, 1972

SANTOS, M. M. **Profissão e carreira: relações entre escolhas por cursos de graduação e âncoras de carreira**. Dissertação (Mestrado EM Administração) Universidade do Sul de Santa Catarina. Palhoça, 2010.

SANTOS, P.C.F. **Uma escala para identificar potencial empreendedor**. Tese (Doutorado em Administração), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SANTOS, S.A., DANTAS, A.B., SANTOS, P. C. F., SILVA, M.A. **Propensão empreendedora em alunos de Administração da UFAL: uma análise comparativa com estudantes das modalidades presencial e a distância**. XIX Congresso Latinoamericano y Del Caribe sobre el espíritu empresarial. Florianópolis, 2008

SCHUMPETER, J. **Capitalism, Socialism, and Democracy**. 3rd edition, Harper and Row, New York, 1950.

SEBRAE-SP Mortalidade de empresas, 2007. Disponível em www.sebraesp.com.br/conhecendo_mpe/mortalidade Acesso em agosto de 2010

SEBRAE-SP. Doze Anos de Monitoramento da Sobrevivência e Mortalidade de Empresas, 2010. Disponível em www.sebraesp.com.br. Acesso em Agosto de 2010

Site do Ministério da Educação: <http://emec.mec.gov.br/>

Site do Instituto Nacional de Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – INEP:
<http://www.inep.gov.br/>

SOUZA, E.C.L., SOUZA, C.C.L., ASSIS, S.A.G., ZERBINI, T. **Métodos e técnicas de ensino e recursos didáticos para o ensino do empreendedorismo em IES brasileiras**. EPA-1850. In: XXVIII Encontro da ANPAD. Curitiba: ANPAD, 2004

TIMMONS, J.A., SPINELLI, S. **New venture creation: entrepreneurship for the 21st century**. 7. Ed. New York, NY, EUA: McGraw-Hill/Irwin, 2006

VECIANA, J.M., APONTE, M., URBANO, D. University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal* 1, 165–182, 2005 **Springer Science + Business Media**, Inc. Manufactured in The United States

VESPER, K.H., MCMULLAN, W.E. Entrepreneurship: today courses, tomorrows degrees? **Entrepreneurship Theory and Practice**. V. 13, n.1, PP. 7-13, fall 1988

WEINER, J. Métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa para a Ciência da Computação. In: KOWALTOWSKI, T., BREITMAN, K. (orgs.). **Atualizações em Informática** 2007. Porto Alegre: SBC, 2007

APÊNDICE A

• Administração de Empresas:

Bloco 1 – Atitudes Pessoais

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Ser empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens	,261	311	0,000000	,790	311	0,000000
A carreira de empresário é atraente	,267	311	0,000000	,797	311	0,000000
Se tivesse oportunidade e recursos, criaria uma empresa	,361	311	0,000000	,660	311	0,000000
Grande satisfação em ser empreendedor	,256	311	0,000000	,786	311	0,000000
Entre as várias opções, prefiro ser empresário	,188	311	0,000000	,877	311	0,000000

Bloco 2 – Normas Subjetivas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Parentes	,306	308	0,000000	,730	308	0,000000
Amigos	,220	308	0,000000	,839	308	0,000000
Colegas	,217	308	0,000000	,879	308	0,000000

Bloco 3 – Controle Comportamental Percebido

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Facilidade em criar uma empresa	,210	311	0,000000	,879	311	0,000000
Estar preparado para iniciar negócio viável	,213	311	0,000000	,901	311	0,000000
Controle do processo de criação de uma nova empresa	,263	311	0,000000	,881	311	0,000000
Conhecimentos dos detalhes técnicos para criação de uma empresa	,278	311	0,000000	,871	311	0,000000
Conhecimento do desenvolvimento de um projeto empresarial	,269	311	0,000000	,866	311	0,000000
Probabilidade de sucesso na criação de uma empresa	,253	311	0,000000	,854	311	0,000000

Bloco 4 – Intenções Empreendedoras

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Estar pronto a fazer de tudo para ser um empresário	,184	312	0,000000	,905	312	0,000000
Objetivo profissional é tornar-se um empresário	,189	312	0,000000	,903	312	0,000000
Todos os esforços para criar e manter a empresa	,188	312	0,000000	,879	312	0,000000
Decisão de criar uma empresa no futuro	,218	312	0,000000	,861	312	0,000000
Pensar seriamente em criar uma empresa	,193	312	0,000000	,870	312	0,000000
Firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias	,290	312	0,000000	,794	312	0,000000

• Ciências Contábeis

Bloco 1- Atitudes Pessoais

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	DF	Sig.	Statistic	df	Sig.
Ser empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens	,248	124	0,000000	,834	124	0,000000
A carreira de empresário é atraente	,262	124	0,000000	,823	124	0,000000
Se tivesse oportunidade e recursos, criaria uma empresa	,258	124	0,000000	,786	124	0,000000
Grande satisfação em ser empreendedor	,244	124	0,000000	,835	124	0,000000
Entre as várias opções, prefiro ser empresário	,162	124	0,000000	,897	124	0,000000

Bloco 2 – Normas Subjetivas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	DF	Sig.	Statistic	df	Sig.
Parentes	,236	121	0,000000	,833	121	0,000000
Amigos	,270	121	0,000000	,824	121	0,000000
Colegas	,211	121	0,000000	,895	121	0,000000

Bloco 3 – Controle Comportamental Percebido

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Facilidade em criar uma empresa	,209	122	0,000000	,892	122	0,000000
Estar preparado para iniciar negócio viável	,165	122	0,000000	,916	122	0,000001
Controle do processo de criação de uma nova empresa	,204	122	0,000000	,906	122	0,000000
Conhecimentos dos detalhes técnicos para criação de uma empresa	,169	122	0,000000	,915	122	0,000001
Conhecimento do desenvolvimento de um projeto empresarial	,195	122	0,000000	,899	122	0,000000
Probabilidade de sucesso na criação de uma empresa	,198	122	0,000000	,905	122	0,000000

Bloco 4 – Intenções Empreendedoras

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Estar pronto a fazer de tudo para ser um empresário	,159	121	0,000000	,910	121	0,000001
Objetivo profissional é tornar-se um empresário	,147	121	0,000001	,899	121	0,000000
Todos os esforços para criar e manter a empresa	,156	121	0,000000	,911	121	0,000001
Decisão de criar uma empresa no futuro	,180	121	0,000000	,898	121	0,000000
Pensar seriamente em criar uma empresa	,158	121	0,000000	,905	121	0,000000
Firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias	,298	121	0,000000	,769	121	0,000000

ANEXO 1

Questionário utilizado na pesquisa

QUESTIONÁRIO SOBRE EMPREENDEDORISMO

Por favor, atribua um grau de concordância / discordância para cada uma das próximas questões, sempre utilizando a escala abaixo:

1 – Discordo totalmente	2 – Discordo parcialmente	3 – Não concordo nem discordo	4 – Concordo parcialmente	5 – Concordo totalmente
-------------------------	---------------------------	-------------------------------	---------------------------	-------------------------

BLOCO 1 – ATITUDES PESSOAIS

ASSERTIVAS		1	2	3	4	5
1.	Ser um empreendedor implica mais vantagens do que desvantagens para mim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	A carreira de empresário é atraente para mim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Se eu tivesse oportunidade e recursos, gostaria de criar uma empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Ser um empreendedor implicaria grande satisfação para mim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Entre as várias opções, eu prefiro ser um empresário.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BLOCO 2 – NORMAS SUBJETIVAS

Se você decidisse criar uma empresa, que pessoas próximas a você iriam aprovar essa decisão?

ASSERTIVAS		1	2	3	4	5
1.	Os seus parentes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Os seus amigos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Os seus colegas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BLOCO 3 – CONTROLE COMPORTAMENTAL PERCEBIDO

Até que ponto você concorda com a seguinte declaração a respeito de sua capacidade empreendedora?

ASSERTIVAS		1	2	3	4	5
1.	Iniciar uma empresa e mantê-la funcionando seria fácil para mim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Estou preparado para iniciar um negócio viável.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Eu posso controlar o processo de criação de uma nova empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Eu conheço os detalhes práticos necessários para criar uma empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Eu sei como desenvolver um projeto empresarial.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Se eu tentasse criar uma empresa, teria uma alta probabilidade de sucesso.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BLOCO 4 – INTENÇÕES EMPREENDEDORAS

ASSERTIVAS		1	2	3	4	5
1.	Eu estou pronto a fazer de tudo para ser um empresário.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Meu objetivo profissional é tornar-se um empresário.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Farei todos os esforços para criar e manter minha própria empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Eu estou decidido a criar uma empresa no futuro.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Tenho pensado muito seriamente em criar uma empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Tenho a firme intenção em criar uma empresa dentro de poucos dias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

BLOCO 5 – PERFIL DEMOGRÁFICO

Por favor, responda essas últimas questões:

- | | |
|--|---|
| 1. Sua idade: | 3. Seu curso de graduação: |
| <input type="checkbox"/> até 20 anos | <input type="checkbox"/> Administração |
| <input type="checkbox"/> 21 a 25 anos | <input type="checkbox"/> Ciências Contábeis |
| <input type="checkbox"/> 26 a 30 anos | 4. Sua instituição é: |
| <input type="checkbox"/> 31 a 35 anos | <input type="checkbox"/> Pública |
| <input type="checkbox"/> 36 a 40 anos | <input type="checkbox"/> Privada |
| <input type="checkbox"/> mais de 41 anos | 5. Sua renda mensal situa-se na faixa: |
| 2. Seu sexo: | <input type="checkbox"/> até R\$ 1.500,00 |
| <input type="checkbox"/> Masculino | <input type="checkbox"/> de R\$ 1.501,00 até R\$ 3.000,00 |
| <input type="checkbox"/> Feminino | <input type="checkbox"/> de R\$ 3.001,00 até R\$ 4.500,00 |
| | <input type="checkbox"/> Acima de R\$ 4.500,00 |

Muito obrigado pela sua valiosa colaboração!

Caso tenha interesse em receber os resultados da pesquisa informe seu e-mail: _____